

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ВІДНОСИНАХ З ПРАЦІВНИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Драбчук Т.І.

В статті досліджені основні підходи щодо визначення сутності поняття корпоративної соціальної відповідальності, охарактеризовані напрямки її спрямованості щодо персоналу організацій. Визначені основні переваги, які отримує організація від розвитку соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, заінтересовані сторони, стандарти, трудові відносини.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку суспільства характеризується суттєвими змінами в усіх сферах соціального та економічного життя. Довготривалий економічний спад після відновлення незалежності України обумовив зниження соціальної активності підприємств, а сучасні кризові тенденції негативно позначаються на виконанні соціальних функцій державою. Це, поряд з постійними трансформаційними процесами, призводить до зниження якості життя й негативно впливає на розвиток економіки. Впровадження принципів соціальної відповідальності в бізнес-процеси виступає чинником подальшого розвитку сучасних підприємств та набуває першочергового значення при вирішенні низки соціальних проблем.

Разом із тим, недостатньо розробленими в практичному й теоретичному плані залишаються питання, пов'язані з мотивацією соціально відповідальної поведінки підприємств; оцінкою доцільності підвищення соціальної активності; формуванням комплексу заходів по забезпеченню соціальної відповідальності підприємств; удосконаленням структури соціально орієнтованих витрат. Це засвідчує нагальну потребу в науковому обґрунтуванні та подальшому розробленні організаційно-економічних основ розвитку соціальної відповідальності.

Виходячи з класичних підходів до розуміння соціальної відповідальності, організація повинна бути соціально відповідальною не тільки перед суспільством, але й перед своїми працівниками, оскільки саме працівники є основним активом від якого залежить економічний успіх організації. При вірних та продуманих підходах до управління організацією та побудові довгострокової стратегії можна створити та реалізувати проекти внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, за допомоги яких працівники будуть лояльними, відданими цілям організації та як результат більш продуктивними.

У світі вже давно прийнято, що підприємства, на яких приділяється значна увага персоналу, створенню необхідних і комфортних умов для роботи, є надійними партнерами у взаємовідносинах.

Використання етичних підходів до суспільства в цілому і до своїх співробітників, зокрема, є критерієм високого рівня менеджменту. І навпаки, співробітництво з компаніями, які не виконують ці вимоги, вважається неетичним і пов'язаним з додатковими ризиками.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це новий підхід до діяльності підприємства, який базується на поєднанні інтересів підприємства та потреб різних груп стейкхолдерів або зацікавлених сторін (суспільства, територіальної громади, працівників, споживачів, постачальників, акціонерів тощо) та реалізується у сфері екологічної, суспільної, трудової та економічної відповідальності підприємства. [1]

У зарубіжній науковій літературі питанням дослідження соціальної відповідальності приділялася значна увага. Різноманіття підходів до розуміння категорії та розвитку концепції корпоративної соціальної відповідальності знайшло своє відображення у працях зарубіжних вчених: Г. Боуена, П. Друкера, К. Девіса, Ф. Котлера, А. Керролла, Н. Лі, Р. Маккіона, М. Фрідмана, Е. Фрімена, М. Штойера та ін..

Різнобічним аспектам забезпечення соціальної відповідальності підприємств присвячені фундаментальні праці таких вітчизняних науковців: Д. Баюри, І. Булеєва, О. Грішньої, А. Колота, А. Лопатинської, М. Мурашко, Е.Осикіної та ін.

Поняття соціальної відповідальності знайшло широке поширення на початку 1970-х років, хоча відповідальні практики організацій в питаннях трудових відносин, профспілковий рух та філантропічна діяльність відмічалися вже набагато раніше.

Одним з перших питання про соціальну відповідальність бізнесу поставив Е.Карнегі. [2] Він сформулював два основних принципи, на яких ґрунтується поняття «соціальна відповідальність». Перший - принцип доброчинності, другий - принцип служіння суспільству.

В кінці 60-х на початку 70-х років XX століття в США, Великобританії, Японії і Німеччині почала формуватись концепція соціальної відповідальності. В найбільш загальному вигляді вона означала: бізнес повинен не тільки піклуватись про прибутки і сплату податків, а й розділяти з суспільством і владою відповідальність за соціальну несправедливість, економічну нерівність, екологічні проблеми, допомагати економічно адаптуватись соціально незахищеним верствам населення.

В той же час виникли різні підходи до тлумачення сутності соціальної відповідальності бізнесу: з позиції «корпоративного егоїзму», з позиції «розумного егоїзму»,

з позиції «корпоративного альтруїзму».

Так, відповідно до підходу з позиції «корпоративного егоїзму», єдиною відповідальністю підприємства вважається збільшення прибутків для своїх акціонерів. Вважається, що подібний підхід до розуміння корпоративної соціальної відповідальності був висловлений М. Фрідманом, який зазначив, що «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу - використовувати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків, при умові дотримання правил гри, тобто займатися відкритою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства». Тобто, справа бізнесу є тільки бізнес (the business of business is business). М. Фрідман вважав, що діючи таким чином, організація виконує свою економічну функцію, виробляючи товари та послуги, необхідні для суспільства та створюючи при цьому робочі місця і забезпечуючи максимізацію прибутку для акціонерів.

Протилежну думку виразив Комітет з економічного розвитку США, відреагувавши на статті Фрідмана в New York Times. Рекомендації Комітету дали початок теорії корпоративного альтруїзму, що виражається в тому, що компанії зобов'язані робити значний внесок у покращення якості життя населення [3]. Цей підхід передбачає, що підприємство зобов'язане враховувати не тільки фактори економічного характеру, а й людські та соціальні аспекти впливу своєї діяльності як на суспільство в цілому, так і на окремі зацікавлені групи.

Третій підхід знайшов своє вираження у теорії «розумного егоїзму», відповідно до якої соціальна відповідальність бізнесу – це просто «гарний бізнес», оскільки скорочує довгострокові втрати прибутку. Витрачаючи фінансові ресурси на соціальні програми, підприємство скорочує свої поточні прибутки, але в довгостроковій перспективі створює сприятливе соціальне оточення і, отже, стійкі прибутки.

Прибічник цього підходу П. Друкер у 1984 році сформулював поняття корпоративної соціальної відповідальності, висунувши ідею сумісництва прибутковості та відповідальності. Ідея полягає в тому, що бізнес зобов'язаний «конвертувати» соціальну відповідальність в нові можливості. Його образне висловлення «приборкати дракона» означає перетворювання соціальних проблем в економічні можливості та економічну вигоду, в виробничі потужності, компетентність персоналу, зміцнення конкурентоспроможних позицій.

Згідно із підходом, запропонованим одним із засновників теорії соціальної відповідальності А. Кероллом, визначення цілей розвитку та найбільш доцільних заходів корпоративної соціальної відповідальності для конкретної організації повинно відбуватися з урахуванням ранжування стратегічних пріоритетів у сфері КСВ за принципом ієрархії. У 1991 році А.Керролл розробив модель багатовимірної відповідальності бізнесу у вигляді піраміди. В основі піраміди лежить економічна відповідальність, яка є базовою функцією

компанії: задовольняти потреби споживачів та приносити прибуток. Друга сходинка піраміди – правова відповідальність, що означає чомно виконувати закони та правові норми в умовах ринкової економіки. Наступною є етична відповідальність – це ділова практика, що відповідає існуючим в суспільстві нормам моралі. На вершині стоїть філантропічна відповідальність, або корпоративне громадянство, що означає відповідальну суспільну поведінку компанії у взаємовідносинах з іншими соціальними інститутами.[4]

Лише будучи відповідальною в економічній сфері та здійснюючи свою діяльність у відповідності до прийнятих правових норм, компанія може вважатися соціально відповідальною. Натомість компанія, що реалізує благодійні чи меценатські проекти, не дотримуючись цих базових вимог, не може позиціонуватися як соціально відповідальна.

А. Керролл зазначає: якщо використовувати більш прагматичну, управлінську термінологію, то можна констатувати, що компанія, яка сповідує КСВ, має прагнути одержувати прибуток, поважати закони, бути етичною, а також хорошим корпоративним громадянином.

Рівні відповідальності, що закріплені в піраміді Керролла, значною мірою вписуються в ієрархію цінностей, що домінують у індустріальному суспільстві: економічна та правова відповідальність є обов'язковою для бізнесу, такою, що відповідає жорстким суспільним вимогам; етична відповідальність є очікуваною суспільством, а філантропічна — бажаною.

Постановка завдання. Не зважаючи на значні здобутки теоретичних напрацювань західних країн, які закріплені законодавчо та застосовуються на практиці, у вітчизняній науковій спеціалізованій літературі недостатньо ґрунтовних напрацювань з даного питання, не дивлячись на те, що саме з питань побудови політики відповідальності організації перед власними працівниками і почалася побудова системи соціальних стандартів.

В межах нашого дослідження вважаємо необхідним зосередити увагу на сучасних тенденціях впровадження корпоративної соціальної відповідальності в організаціях, проаналізувати напрями КСВ щодо персоналу, дослідити зарубіжний досвід в даній сфері КСВ, визначити основні переваги соціально відповідальної поведінки організацій.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна соціальна відповідальність – це сфера діяльності організації, яка пов'язана з вирішенням соціально важливих проблем як у межах самої організації, так і за її межами, на муніципальному, регіональному, національному, а іноді навіть глобальному рівнях; добросовісна ділова практика, розвиток персоналу організації, охорона здоров'я працівників та безпечні умови праці, охорона довкілля, використання ресурсозберігаючих технологій, а також розвиток суспільства, який має на меті як досягнення найвищих результатів та високого рівня конкурентоспроможності, так і забезпечення соціальної злагоди й суспільного розвитку в цілому.

Дослідження, проведене за сприяння ООН серед представників українського бізнесу, дозволило побачити певні закономірності у розумінні поняття КСВ в українському бізнес-середовищі. Найбільш популярними елементами КСВ серед підприємців є впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу (65,5% опитаних), розвиток персоналу (63,2%), благодійна допомога (56,0%), застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів (49,5%), участь у регіональних програмах розвитку (32,3%), реалізація екологічних програм (29,8%), політика дотримання прав акціонерів/інвесторів (20,8%), відкрите подання інформації про діяльність компанії (18,7%) [1].

Як бачимо, серед підприємців сформоване розуміння КСВ, перш за все, як відповідальність перед персоналом.

Трудові практики організації відносно власного персоналу включають наступні напрямки:

- забезпечення права на свободу асоціації та об'єднань, на ведення колективних переговорів; виконання зобов'язань генеральної, галузевої, регіональної угод та колективного договору на підприємстві;
- безпечність умов праці; відповідність умов праці санітарно-гігієнічним та типовим нормам; впровадження гнучких графіків роботи;
- створення сприятливого соціально-психологічного клімату в колективі;
- відсутність дискримінації при наймі працівників на роботу;
- стабільну виплату заробітної плати, забезпечення її соціально значущого рівня, який є достатнім для утримання сім'ї, дітей, забезпечення гідного достатку у старості;
- соціальне забезпечення персоналу, а саме: використання довгострокових договорів щодо трудових відносин з підприємством; впевненість у збереженні робочого місця; наявність соціального пакету; наявність соціальної інфраструктури на підприємстві;
- розвиток персоналу організації через систему навчання, програми підготовки та підвищення кваліфікації персоналу, планування кар'єри, програми адаптації;
- плідна комунікація та ефективна взаємодія з працівниками організації, як одним з основних стейкхолдерів;
- повага до сімейних та релігійних цінностей працівників;
- допомога у критичних ситуаціях (у разі важкого захворювання працівника, чи члена його сім'ї, при нещасному випадку тощо);
- розроблення програм, спрямованих на пом'якшення та ліквідацію соціальних наслідків під час реструктуризації організації (професійна перепідготовка, сприяння у працевлаштуванні, здійснення компенсаційних виплат працівникам, які потрапили під

скорочення штатів тощо);

- розвиток корпоративної культури тощо.

На думку експертів комітету з корпоративної відповідальності Європейської Бізнес Асоціації щодо змісту програм/ініціатив внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, йдеться про наступні напрямки: а) соціальні пакети для працівників; б) інвестиції у людський капітал, а саме тренінги, стажування, корпоративні університети та інші форми корпоративного навчання; в) прозорі програми мотивації і кар'єрного росту; г) гранти / наукові та практичні розробки; д) етичні, інші подібні стандарти роботи; е) прозору загальну звітність, тобто не лише фінансову, а й, наприклад, соціальну звітність.[1]

Тобто можна безпомилково стверджувати, що політика у відносинах з працівниками і є та площина, де організація може в повному обсязі впливати та формувати соціальний клімат в організації та при загальнодержавному впровадженні – в державі.

Міжнародною ініціативою, спрямованою на сприяння соціальній відповідальності бізнесу, є Глобальний Договір (ГД). В Україні місцева мережа Глобального договору існує з 2006 року та об'єднує понад 160 учасників – від великих міжнародних та українських компаній до середніх і малих підприємств, а також неурядових організацій, академічних установ, бізнес-асоціацій. Глобальний Договір відстоює принципи соціальної відповідальності бізнесу у 4 основних сферах, зокрема, прав людини; трудових відносин; навколишнього середовища та боротьби з корупцією. [5]

Чотири з десяти принципів ГД спрямовані на досягнення соціальної відповідальності в сфері трудових відносин, а саме на підтримання принципу свободи асоціацій та визнання права на колективний договір; підтримання ліквідації усіх форм примусової, обов'язкової та дитячої праці; підтримання ліквідації дискримінації при прийомі на роботу та в професійній діяльності.

Всі принципи ГД враховані у міжнародному стандарті ISO 26000:2010 «Настанова по соціальній відповідальності» (опублікований 28 жовтня 2010 р.), який допомагає організаціям упорядкувати свою діяльність в галузі соціальної відповідальності. Ця настанова дає єдине розуміння соціальної відповідальності і детальну інструкцію для всіх організацій. [6]

Також в соціально відповідальну практику українських підприємств впроваджується використання нефінансових річних звітів Global Reporting Initiative (GRI) відповідно до Глобального договору ООН.

Для того, щоб компанії могли підтвердити використання соціально-відповідальних підходів у своїй діяльності, був створений стандарт SA 8000. Мета стандарту – сприяти постійному поліпшенню умов наймання і здійснення трудової діяльності, підвищення рівня

якості трудового життя працівників, виконання етичних норм цивілізованого суспільства.

Згідно інтерпретації нормативних елементів стандарту SA 8000, компанія має:[7]

- дотримуватися національного законодавства й інших законів, які застосовуються у сфері охорони праці та соціальної відповідальності, а також виконувати інші вимоги, стосовно яких вона бере на себе зобов'язання;
- поважати принципи міжнародних документів, зокрема, Конвенцій МОП, які стосуються примусової праці, свободи об'єднань, права на колективний договір, рівної оплати чоловікам і жінкам за рівноцінну роботу, дискримінації, представництва працівників, мінімального віку, охорони праці, професійної реабілітації та зайнятості інвалідів, надомної праці, найгірших форм дитячої праці, а також Всесвітньої Декларації з прав людини, Конвенції ООН про права дитини, Конвенції ООН про усунення всіх форм дискримінації жінок.

Компанії, у яких менеджмент здійснюється відповідно до вимог стандарту SA 8000, мають конкурентну перевагу, яка полягає у високій мотивації персоналу, що у свою чергу дозволяє ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей, забезпечуючи при цьому постійну рентабельність.

Стан та розвиток корпоративної соціальної відповідальності щодо персоналу підприємства відображається через внутрішній (в межах організації) та зовнішній (між організацією та зовнішнім оточенням) рух персоналу. Стандарти внутрішньої соціальної відповідальності, які існують в організації, свідчать про те, яку внутрішню політику стосовно власного персоналу проводить організація, наскільки працівники задоволені умовами праці в організації, наскільки є можливість навчатись та будувати кар'єру в межах організації, відображають стан соціально-трудових відносин, управління персоналом на рівні організації, нормування і організацію праці, управління продуктивністю праці, системи планування та оплати праці, програми навчання та розвитку персоналу, програми планування кар'єри. [8]

Індикаторами оцінки на рівні організації відповідно будуть: показники лояльності та залученості персоналу, середня тривалість роботи одного працівника в організації, причини звільнення з організації, плинність персоналу, кількість звільнених за власним бажанням, рівень продуктивності праці, коефіцієнт покриття внутрішньої потреби в персоналі, коефіцієнт готовності кадрового резерву, співвідношення рівня внутрішнього та зовнішнього руху персоналу.

Серед вказаних показників чільне місце посідають показники оцінки руху персоналу організації, так як достатньо високі корпоративні соціальні стандарти в організації будуть сприяти більш високому рівню залучення та лояльності персоналу, а також високому рівню внутрішнього руху персоналу, і навпаки, низькому рівню зовнішнього руху персоналу

організації. Це буде свідчити про задоволеність персоналу умовами праці та соціального захисту, створеними організацією, про сталість колективу, розвиток персоналу в межах організації та відображати загальний стан системи управління персоналом організації.

Яке бачимо, можливі напрямки КСВ у сфері трудових відносин, стосуються різних сфер життя і діяльності працівників одночасно, допомагаючи досягти балансу між ними.

Так, ініціативи і практики стосовно відносин з працівниками, які впроваджуються компаніями з високим рівнем розвитку КСВ, наприклад, у Великій Британії та Польщі, можна згрупувати за наступними напрямками: [9]

- навчання та розвиток,
- оплата праці та заохочення.
- зворотній зв'язок та врахування думки працівників,
- здоров'я та безпека,
- баланс між роботою та сім'єю,
- рівність і розмаїття.

Розглянемо, які саме ініціативи впроваджуються за визначеними напрямками.

Так, за напрямком розвитку персоналу компанії реалізують наступні ініціативи із підтримки і заохочення працівників до навчання:

1. узгодження індивідуальних планів розвитку працівників, навчальних схем, консультування, (компанії Boots, Safeway);
2. створення навчальних центрів компаній – комп'ютерних, дистанційних, віртуальних;
3. консультування і організаційна допомога у працевлаштуванні при реорганізації, а також при звільненні (Boots, Unilever, Sainsbury);
4. розробка програм розвитку лідерських якостей (Boots) та кар'єрного зростання (TESCO);
5. виділення часу і коштів для навчання.

В польських компаніях також впроваджують ініціативи, що дозволяють новим працівникам швидше і легше адаптуватися до умов праці і, взагалі, роботи у компанії. Зокрема, це програми «Стартер – підручник нового працівника» (Група Allegro), «Вступне навчання і інтеграція нових працівників» (Michelin Polska).

Ініціативи в сфері «Оплата праці та заохочення» певною мірою перетинаються з іншими ініціативами КСВ, що підтверджує необхідність стратегічного підходу при впровадженні подібних програм. Крім того такі програми дозволяють утримувати найкращих працівників та зміцнювати лояльність до працедавця.

Прикладами таких ініціатив є надання працівникам акцій компанії безкоштовно

(Boots) або можливості їх пільгового придбання (Barclays, Sainsbury), можливості вибору пакету заохочень (Cadbury), додаткове заохочення повернення до праці молодих батьків (Avia, BT, Unilever).

Практики в сфері налагодження зворотного зв'язку або внутрішніх комунікацій мають важливе значення для поширення інформації про політику соціальної відповідальності, оцінки заходів з КСВ, впровадження стратегічних рішень взагалі.

Прикладами таких практик є налагодження відкритих і конфіденційних «прямих ліній» з представниками вищого керівництва. Можливість такої комунікації може бути організована за допомогою телефонного зв'язку, локальної мережі або корпоративного порталу.

Завдяки налагодженим внутрішнім комунікаціям компанії реалізують системи участі персоналу в управлінні. Зокрема, співробітники можуть бути впевнені, що подані ними безпосередньо пропозиції з удосконалення виробництва або скорочення витрат, будуть розглянуті і оцінені.

Поширенню програм залучення працівників до управління сприяють і відповідні внутрішні конкурси на найкращі інновації та пропозиції.

Різноманітні заходи і програми із заохочення здорового способу життя включають наступні напрямки: власні спортивні центри, підтримка корпоративних спортивних команд, проведення медичних обстежень, програми запобігання стресам, фінансування організацій, що допомагають співробітникам з особливими потребами.

Практики сфери «Рівність і розмаїття» включають програми з недопущення дискримінації (за віком, статтю, етнічною належністю) в процесі діяльності компаній, а також відповідного навчання менеджерів. Показовим є приклад енергетичної компанії RWE Polska, в якій, відповідно до прийнятої стратегії зрівноваженого розвитку впроваджена програма «Жінки з енергією», і тепер серед менеджерських посад близько 50% займають жінки. Подібна ініціатива «Жінки в бізнесі» для жінок менеджерів має і компанія Alliance & Leicester. [9]

Вперше вираз «Баланс між роботою та сім'єю» було використано у 70-х роках минулого століття для опису балансу між особистим життям і роботою. У ці роки роботодавці вважали дану концепцію, в основному, як перевагу, що надавалась працюючим матерям, які намагались поєднати вимоги працедавців і необхідність виховання дітей. Проте першою компанією, яка впровадила структуровану програму рівноваги між сім'єю і роботою стала компанія Kellogg. Ця компанія ще у 1930 році запровадила чотири зміни по 6 годин замість традиційних трьох змін по 8 годин. Такі зміни призвели не лише до покращення корпоративної атмосфери, але й до підвищення ефективності і продуктивності.

У 80-х роках вперше з'явився термін «баланс між сім'єю і роботою», розпочалися дослідження, а такі компанії як Merck, Deloitte & Touche та IBM почали вносити відповідні зміни до своєї політики стосовно персоналу. [10]

Програми балансу між роботою та сім'єю реалізуються шляхом впровадження гнучких графіків роботи, можливості працювати вдома, підтримки працівників у догляді за дітьми, організації харчування дітей співробітників під час канікул, наданні перерви у кар'єрі (від 6 місяців до 5 років).

Таким чином, реалізація практик КСВ щодо персоналу дозволяє компаніям досягти суттєвого позитивного соціального ефекту, який обумовлюється покращенням умов праці, кращі (порівняно з конкурентами) можливості для того, щоб залучати, мотивувати та утримувати працівників, покращення психологічного стану працівників від забезпечення балансу між родиною і роботою. В цілому ж впровадження концепції КСВ приносить компаніям і суто економічні переваги: зростання продуктивності праці, зменшення плинності кадрів, можливість залучення кращих фахівців, зменшення операційних витрат, збільшення обсягів продажу та ринкової частки (за рахунок покращення іміджу і посилення впливу компанії).[11]

Впровадження єдиної стратегії з розвитку КСВ сприяє зміцненню іміджу і позитивного сприйняття компанії усіма зацікавленими сторонами.

Висновки. Підсумовуючи можна зробити висновок, що соціальна відповідальність бізнесу щодо персоналу — це цілеспрямована соціальна політика підприємства, відповідальність роботодавця щодо колективу співробітників. Вона включає всі елементи гідної праці: не просто вчасно виплачену, а достатньо високу заробітну плату, нормальну тривалість робочого дня, повагу до працівників, соціальне страхування і соціальні гарантії, безпеку на виробництві та ін.

Зміст соціальної відповідальності компаній щодо персоналу полягає у тому, щоб забезпечити справедливість у ставленні до працівників, демократичне функціонування компанії, можливість участі в управлінні, навчання новим знанням та технологіям, підвищення кваліфікації, ефективну діяльність в сфері соціальних можливостей. Відповідальні компанії дедалі більше сприяють розвитку корпоративної етики і культури, широко залучають працівників до участі у справах компанії.

Таким чином, корпоративну соціальну відповідальність правомірно розглядати як компоненту соціальних ресурсів бізнес-організації. Є підстави стверджувати, що розвиток КСВ сприяє розвитку корпоративної культури, соціальному діалогу, формує більш високий рівень довіри, розвиває позитивні мотиваційні настанови працівників, підвищує рівень лояльності персоналу до компанії, поліпшує моральний клімат у колективі.

Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є проведення досліджень щодо впровадження програм внутрішньої КСВ на вітчизняних підприємствах.

Список використаної літератури

1. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р., та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008 – 96 с.
2. Баюра Д.О. Корпоративна соціальна відповідальність як складова підвищення ефективності системи корпоративного управління// Д.О.Баюра/ К.: Вісник КНУ ім. Т.Шевченка, 2009. — с. 62
3. Туркин С. Зачем бизнесу социальная ответственность // Управление компанией, - 2004. - №7.
4. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А.М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
5. Центр розвитку КСВ - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/>.
6. Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csr-ukraine.org/ISO_26000.html.
7. Міжнародний стандарт SA8000: 2001 «Соціальна відповідальність». SAI SA8000: 2001 Social Accountability International - [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.assistem.kiev.ua/doc/sa_8000-2001_rus.pdf
8. Грішнова О.А. Відповідальність підприємства щодо персоналу як новий формат розбудови соціально-трудових відносин /О.А.Грішнова, О.Г.Брінцева. // Экономика и управление №4, 2012. – С. 49-55.
9. Василик С. К. Відносини з персоналом як пріоритетна сфера корпоративної соціальної відповідальності / С.К.Василик, О.В.Майстренко. // «Економіка і держава», №6, 2012.
10. Саприкіна М. А. Баланс між роботою та сім'єю: перевага для компаній та працівників / М. А. Саприкіна, Д. В. Каба. –К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. –30 с.
11. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. –К.: Вид-во «Фарбований лист», 2010. –56 с.

Анотація

Драбчук Т.І.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у відносинах з працівниками підприємства

В статті досліджені основні підходи щодо визначення сутності поняття корпоративної соціальної відповідальності, охарактеризовані напрямки її спрямованості щодо персоналу організацій. Визначені основні переваги, які отримує організація від розвитку соціальної відповідальності.

Ключові слова: соціальна відповідальність, заінтересовані сторони, стандарти, трудові відносини.

Аннотация

Драбчук Т.И.

Развитие корпоративной социальной ответственности в отношениях с работниками предприятия

В статье исследованы основные подходы к определению сущности понятия корпоративной социальной ответственности, охарактеризованы направления ее направленности в отношении персонала организаций. Определены основные преимущества, которые получает организация от развития социальной ответственности.

Ключевые слова: социальная ответственность, заинтересованные стороны, стандарты, трудовые отношения.

Annotation

Drabchuk T.

Development of corporate social responsibility in relationships with the workers of enterprise

The article studied the main approaches to defining the essence of the concept of corporate social responsibility, described its focus on areas of staff organizations. The main advantages that accrue from the organization of social responsibility.

Keywords: social responsibility, stakeholders, standards, labour relations.