

УДК 330.341:316.42

Соціалізація сучасної системи державного та корпоративного менеджменту

Приятельчук О.А.

кандидат економічних наук, доцент,
Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Соціальний аспект у менеджменті людських ресурсів фірми пояснює величезний взаємний вплив суспільства – людського ресурсу – фірми; саме тому увага зосереджується на регулюванні трудових відносин, формуванні та використанні людського капіталу, морально-етичних аспектах цього процесу, які обов'язково треба враховувати у процесі побудови системи корпоративного та державного менеджменту. Окрім сучасної тенденції соціалізації менеджменту в концепціях персоналу фірми, задля комплексної оцінки соціального аспекту в системі управління фірми та бізнесу загалом варто враховувати значний вплив цього ресурсу на економіку та суспільство загалом. Розвиток людських ресурсів, сукупність набутих ними нових знань та навичок підвищує загальний рівень конкурентоспроможності країни, оздоровлює суспільство, сприяючи його якісному відтворенню.

Ключові слова: соціалізація бізнесу, соціальна економіка, людський капітал, державний та корпоративний менеджмент, людський ресурс.

Приятельчук Е.А. СОЦИАЛИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО И КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Социальный аспект в менеджменте человеческих ресурсов фирмы объясняет огромное взаимное влияние общества – человеческого ресурса – фирмы; именно поэтому внимание сосредотачивается на регулировании трудовых отношений, формировании и использовании человеческого капитала, морально-этических аспектах этого процесса, которые необходимо учитывать в процессе построения системы корпоративного и государственного менеджмента. Кроме современной тенденции социализации менеджмента в концепциях персонала компании, в целях комплексной оценки социального аспекта в системе управления фирмой и бизнеса необходимо учитывать значительное влияние этого ресурса на экономику и общество в целом. Развитие человеческих ресурсов, совокупность полученных ими новых знаний и навыков повышает общий уровень конкурентоспособности страны, оздоравливает общество, способствуя его качественному возобновлению.

Ключевые слова: социализация бизнеса, социальная экономика, человеческий капитал, государственный и корпоративный менеджмент, человеческий ресурс.

Pryiatelchuk O.A. SOCIALIZATION OF MODERN SYSTEM OF STATE AND CORPORATE MANAGEMENT

The social aspect in the management of human resources in the company explains the huge mutual influence of "society – human resources – the company"; that is why the focus is on the regulation of labor relations, formation and use of human capital, ethical aspects of the process that must be taken into account in the construction of corporate and public management. In addition to modern trends in the concepts of socialization management staff of the company should be considered a significant impact on the resource economy and society as a whole. It's necessary to comprehensive assessment of the social dimension in the management of the company and business in general. Development of human resource, set of their new knowledge and skills increases the overall competitiveness of the country's healthier society, contributing to its quality playback.

Keywords: business socialization, social economy, human capital, state and corporate management, human resource.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Дослідження соціального аспекту сучасного менеджменту здійснюється на межі перетину взаємозалежностей потреб бізнесу та широких суспільних проблем. Соціальний складник у системі менеджменту є важливим аспектом сучасного бізнесу, оскільки без його врахування неможливе ні успішне функціонування бізнесу, ні розвиток суспільства загалом. Приватні фірми як суб'єкти бізнесу

збільшують обсяги власної діяльності і рівень впливу на суспільство. Логічним наслідком такої тісної взаємозалежності є зростання суспільного тиску на компанії з вимогою їх участі у вирішенні соціальних, екологічних та інших проблем і стратегічних завдань.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значну увагу питанням соціалізації системи державного управління науковці приділяли ще з давніх часів (зокрема, Платон,

Арістотель, Ксенофонт). Сучасні дослідження цього аспекту економічної теорії та практики присвячені більшою мірою соціалізації корпоративного менеджменту та реалізації концепції соціальної економіки на рівні державної політики. Система корпоративного менеджменту функціонує з позицій інвестицій у людський капітал як основний ресурс та його розвиток, тоді як державне управління реалізує цілу низку програм підтримки, розвитку та якісного відтворення людського ресурсу з метою побудови держави загального добробуту.

Формулювання цілей статті. Основною метою дослідження є виявлення рис соціалізації системи менеджменту та оцінка результатів імплементації цих принципів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Врахування соціального впливу у процесі побудови системи менеджменту важливе як для досягнення продуктивності праці та ефективності діяльності фірми, так і для зміцнення позицій фірми у глобальному конкурентному просторі. Наявність соціального складника є новітньою конкурентною перевагою фірми як на національному, так і на регіональному та міжнародному ринку. Сучасній системі менеджменту притаманні дискусії щодо взаємозалежності напрямів та методів функціонування і розвитку фірми з інтересами споживачів, співробітників, членів громади, навколишнього середовища тощо. Таким чином, можна говорити про новітню філософію менеджменту, спосіб мислення керівництва фірми з урахуванням соціального (частіше соціально-екологічного) складника. Аналогічно з оперативним менеджментом здійснюється стратегічне планування діяльності фірми, враховуючи прогнози розвитку економіки країни загалом, регіону, окремої спільноти, в рамках якої фірма здійснює безпосередню виробничу діяльність, а також зворотний вплив цієї діяльності на громаду та окремих індивідів (споживачів, персонал фірми, економічно пасивне населення).

У системі сучасного менеджменту можна виокремити такі аспекти соціального складника, як:

- розвиток економіки країни, що дає змогу підвищити рівень добробуту населення та сформувати платоспроможний споживчий попит;

- формування шляхом оподаткування бізнесу бюджету з метою здійснення соціальних виплат, соціальної підтримки населення;

- реалізація концепції соціального партнерства;

- культурні та соціальні чинники у формуванні маркетингової стратегії реалізації продукції;

- законодавчо закріплені стандарти – недискримінації, рівності, невикористання дитячої праці, свободи вибору; рівень мінімальної заробітної плати, обов'язкові відрахування до фондів страхування; стандарти безпеки праці, трудові норми; правовий захист прав сторін трудових відносин;

- соціально-психологічні аспекти формування системи менеджменту персоналу та організаційної культури;

- соціально-психологічний, етичний складник у мотиваційному інструментарії;

- розвиток трудових ресурсів країни шляхом ефективної роботи з колективом фірми та створення сприятливого соціально-психологічного клімату;

- корпоративна соціальна відповідальність;

- соціальний складник як стандарт справедливої конкуренції та формування корпоративної репутації і позитивного іміджу фірми;

- соціальна звітність та аудит.

Соціалізація менеджменту фірми тією чи іншою мірою охоплює всі вищезазначені аспекти, однак рівень усвідомлення керівництвом окремих суб'єктів господарювання тих чи інших моментів, оцінка пріоритетності впливу окремих із них на ефективність діяльності фірми може значно відрізнятись. Саме тому визнання наявності такого взаємозв'язку та взаємозалежності є вкрай важливим, оскільки неврахування цих аспектів управління у довготерміновій перспективі може принести набагато більше збитків та негативних наслідків, ніж рівень здійснюваних сьогодні видатків, пов'язаних із включенням цього складника до системи менеджменту на сучасному етапі [1, с. 29–31].

Загальна стратегія соціально-економічного розвитку держави, реалізація концепції соціального партнерства, формування системи менеджменту персоналу фірми, організація процесу управління маркетинговою діяльністю, а також концепція корпоративної соціальної відповідальності є комплексними напрямками врахування соціального складника у сучасній системі менеджменту. Розглянемо детальніше кожен із них.

Соціалізація є невід'ємною рисою державного управління переважної більшості розвинених країн світового господарства та сучасного бізнесу. Соціально-орієнтований бізнес є, як доведено, більш успішним у довгостроковій

перспективі. Соціально-орієнтована економіка, у свою чергу, характеризується високим рівнем розвитку (оскільки лише за високих темпів розвитку та стабільного наповнення бюджету можливе не лише покриття мінімального пакету видатків, а й забезпечення належного рівня соціального захисту населення країни) й орієнтується передусім на відтворення та розвиток людського ресурсу. Цей процес є взаємозалежним, оскільки якісний трудовий ресурс забезпечує підвищення продуктивності праці, ефективно використання наявних ресурсів, впровадження інновацій у сферу управління, а отже, збільшення обсягів діяльності вітчизняних фірм, їх дохідності, наповнюваності бюджету, обсягів відрахувань на соціальні виплати, добробуту населення.

Система соціального захисту в Україні є досить розвиненою, однак велика кількість пільг та категорій населення, яке ними користуються, свідчить про неналежну його якість, негативні тенденції його розвитку та використання, а низький рівень виплат, нееквівалентність вартостям товарів та послуг, темпи інфляції свідчать про незадовільний, наднизький рівень добробуту населення.

Система соціального захисту – це набір соціальних гарантій, форми та способи соціальної допомоги, соціального страхування, що забезпечує певний рівень життя.

Найбільш поширеними в Україні способами соціального захисту населення є забезпечення дешевого прожиткового мінімуму, збільшення заробітної плати низько- та середньо оплачуваним категоріям працівників, збільшення розміру пенсій, стипендій та інших соціальних виплат, грошова допомога безробітним, компенсація у разі підвищення цін на продовольчі та дитячі товари, індексація вкладів населення, неоподаткований мінімум заробітної плати, допомога малозабезпеченим тощо.

Однак позитивний вплив соціальних гарантій можливий лише за умови, коли вони є цільовими, адресними, тобто повинен зберігатись диференційований підхід до різних груп населення; охоплюють всі прошарки населення; система повинна мотивувати до праці, створювати умови для перекваліфікації, зміни місця та сфери діяльності, забезпечення самозайнятості населення.

Окрім держави, соціальний захист населення забезпечують також підприємства (підприємці), компанії та самі наймані робітники шляхом членства у профспілкових організаціях.

Ці принципи реалізуються в межах концепції соціального партнерства.

Соціальне партнерство є одним із базових принципів функціонування сучасного демократичного суспільства, важливим інструментом реалізації соціальної політики держави, засобом попередження та розв'язання соціальних конфліктів. Основною сферою реалізації соціального партнерства є сфера соціально-трудова відносин, а його ключовим елементом – соціальний діалог.

Перші спроби соціального партнерства реалізовувались у вигляді переговорів та консультацій між представниками найманої робочої сили і роботодавцями. Формами соціального партнерства, закріпленими в конвенціях Міжнародної організації праці та Законі України «Про соціальне партнерство», можуть бути укладання колективних договорів, консультації, переговори, організація примирних та арбітражних процедур, участь у роботі органів соціального партнерства, контроль за виконанням спільних домовленостей, участь працівників в управлінні виробництвом, у корпоративних правових діях, в управлінні коштами обов'язкового соціального страхування та соціального забезпечення тощо.

Таким чином, соціальне партнерство – це така система відносин між найманими працівниками і власниками засобів виробництва, за якої визнаються розбіжності економічних інтересів різних соціальних груп і право кожної з них відстоювати свої інтереси через пошук компромісів, шляхів взаєморозуміння і співробітництва в умовах злагоди.

У сфері управління персоналом фірми соціальне партнерство виконує такі функції, як захисна (вирівнювання шансів працівників, недопущення зміни умов праці не на користь працівника); організаційна (гласність і чітко визначений порядок укладання угод, їх стандартизація тощо); миротворча (на період дії угоди не допускаються трудові конфлікти, не висуваються нові вимоги) [2].

Соціальне партнерство є специфічною формою соціальних стосунків між трьома суб'єктами ринкової економіки: державою, найманими працівниками (профспілковими організаціями, які представляють їх інтереси) та роботодавцями (об'єднаннями підприємств). Кожен із цих елементів системи соціального партнерства здійснює власний вплив на управління та розвиток трудового потенціалу країни, вирішення нагальних

соціальних проблем, визначення пріоритетних напрямів соціалізації менеджменту персоналу на рівні фірм та людських ресурсів на державному рівні.

Зокрема, до сфери впливу державних органів влади в межах концепції соціального партнерства належать такі питання, як гарантії у прийнятті на роботу; порядок укладення та припинення трудового договору; порядок звільнення працівників; гарантії забезпечення права на працю звільненим працівникам; норма тривалості робочого часу; час відпочинку; щорічні відпустки; нормування праці; оплата праці; гарантії і компенсації; обмеження відрахувань із заробітної плати; охорона праці; вік, з якого допускається прийняття на роботу; порядок розгляду індивідуальних трудових спорів; участь працівників в управлінні; державне соціальне страхування.

Сфера впливу роботодавців охоплює співробітництво з органами державної влади, органами місцевого самоврядування, професійними спілками, їх об'єднаннями та іншими організаціями найманих працівників; участь у формуванні та реалізації соціально-економічної політики держави; збалансування попиту і пропозиції робочої сили, запобігання масовому безробіттю шляхом створення нових робочих місць, забезпечення раціональної структури зайнятості населення.

До інтересів профспілкових організацій, які представляють інтереси робітників, належить представництво і захист інтересів працівників незалежно від їх членства у профспілках; участь у визначенні головних критеріїв життєвого рівня, прожиткового мінімуму, а також мінімальних розмірів заробітної плати, пенсій, соціальних виплат, політики ціноутворення, розробленні соціальних програм, спрямованих на створення умов, які забезпечують гідне життя і вільний розвиток людини та соціальний захист у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності, втрати годувальника, безробіття, а також у старості та в інших ситуаціях, передбачених законодавством; громадський контроль за виплатою заробітної плати, додержанням законодавства про працю та охорону праці, створенням безпечних і нешкідливих умов праці, належних виробничих та санітарно-побутових умов.

Головною метою соціального партнерства є досягнення соціальної злагоди. Виходячи з цього, виділяють п'ять основних принципів партнерства у соціальній сфері, такі як вза-

ємне визнання інтересів сторін (партнерів) як важливих і правомірних; паритетність на всіх стадіях партнерських відносин, у тому числі і у прийнятті рішень; соціальна справедливість у регулюванні інтересів і дій, особливо у сфері праці та розподілу доходів; пошук і знаходження компромісу у вирішенні спірних і конфліктних питань, що переслідують головну мету партнерства – досягнення соціальної згоди; взаємна відповідальність сторін за виконання (і невиконання) узгоджених рішень [3].

Таким чином, практична реалізація принципів соціального партнерства – складне завдання, яка передбачає врахування не лише власних інтересів, але й однаковою мірою інтересів партнерів. А це вимагає чималих зусиль, терпіння, вміння йти на компроміс. Досягнення ж такої узгодженості інтересів і дій приносить досить відчутні і цінні плоди – згладжується поляризація суспільства, підвищується економічна активність усіх учасників творчого процесу, зростає стійкість як політична, так і соціальна, створюються умови для прогресивного розвитку.

Соціальне партнерство розглядається у практиці фірм як форма існування різних суб'єктів суспільних відносин, які стають партнерами у процесі виробництва. Ставши зацікавленими учасниками єдиного процесу, сторони партнерства на принципах співпраці та пошуку компромісів, узгодження дії в реалізації своїх інтересів домовляються на демократичних засадах про оптимальні параметри соціально-економічного розвитку, визначають умови створення та розподілу виробленого продукту і зобов'язуються їх виконувати. По суті, соціальне партнерство – це нова система суспільних відносин, яка повинна забезпечити принципово новий (сучасний) тип розподілу продукції на демократичних принципах, а саме – на основі домовленості про частку створеного валового продукту кожного суб'єкта [4].

Що стосується власне соціального партнерства як засобу підвищення ефективності використання людських ресурсів, то зв'язок між цим інститутом та ефективністю праці простежується з огляду на функції, які воно виконує. Ефективність роботи в цьому разі є пропорційною до задоволеності працівників робочими умовами та їхньої вмотивованості працювати на благо компанії і робити свій внесок у створення доданої вартості.

Різноманітний досвід розвитку соціального партнерства у зарубіжних країнах Заходу під-

тверджує його ефективність. Соціальне партнерство все більше відіграє роль ефективного фактора соціальної стабілізації і стійкості у суспільстві, особливо з урахуванням умов і тенденцій XXI століття.

В Україні «соціалізація бізнесу» проходить «в обхід» соціального партнерства. Так, українські компанії все активніше переймають іноземний досвід соціальної відповідальності і, таким чином, схилиються до покращення умов праці та добробуту працівників (як ключових стейкхолдерів) не як партнери, а як ментори, що дарують такий набір сприятливих умов праці за власним бажанням.

Річ у тому, що становлення соціальної відповідальності також сприятливо впливає на ефективність використання людських ресурсів. Саме тому і спостерігається загальне та поступове покращення умов праці в українських компаніях. Однак ця система відносин є відмінною від соціального партнерства, оскільки іде «знизу», тобто зароджується в самих компаніях, на відміну від соціального партнерства, яке зазвичай ініціюється державою.

Таким чином, соціальна відповідальність самотужки не вирішує проблему «соціалізації бізнесу», а тому в цьому плані є актуальним перейняття і впровадження іноземного досвіду соціального партнерства в Україні.

Очевидно, що в частині реформування соціального партнерства державна стратегія тяжіє до впровадження тих моделей соціального партнерства, які ґрунтуються на біпартизмі й обмеженій ролі держави, що долучається лише у разі вирішення конфліктів і спорів.

За сучасних кризових явищ соціалізація підприємницької діяльності повинна сприйматись як невід'ємний антикризовий захід стратегічного планування соціально-економічного розвитку країни, оскільки соціалізований бізнес є запорукою забезпечення належного рівня життя населення загалом. І якщо соціалізація діяльності міжнародних корпорацій була нагальною умовою їх успішного довгострокового функціонування в умовах розвинутого ринкового середовища (тобто цього вимагало законодавство промислово розвинутих держав, освічені, соціально відповідальні, свідомі споживачі) і втілюється ними вже протягом досить довгого періоду часу, то соціалізація малого та середнього бізнесу в Україні є новітньою

тенденцією та вимогою сучасності, що лише починає втілюватись.

Сама державна стратегія планування та управління має бути соціально орієнтованою, тобто формувати соціально відповідальне підприємницьке середовище, яке б забезпечувало: у соціальній сфері – офіційну зайнятість населення, позитивний соціально-культурний імідж бізнесу в суспільстві, підтримку соціально незахищених верств населення; в економічній сфері – детінізацію бізнесу, наповнення бюджету шляхом повної сплати податків, зменшення екологічно небезпечного виробництва шляхом застосування новітніх технологій, оптимізацію процесу використання ресурсів; у політичній сфері – формування оптимальної соціально сталої системи суспільства (високий коефіцієнт кількості населення з середнім рівнем достатку), поєднання цілей розвитку окремих фірм, регіону та країни загалом.

Серед основних напрямів діяльності, спрямованої на соціалізацію бізнесу, можна виділити пільгове оподаткування для підприємств, що зберігають старі (на умовах повної зайнятості) або створюють нові робочі місця; підвищення мінімального розміру оплати праці; фінансову підтримку підприємств через участь органів влади як співвласника. Окрім того, процес соціалізації бізнесу передбачає формування системи гарантій, таких як підтримка та розвиток фірм, здатних проводити довготермінову ефективну діяльність (шляхом надання гарантій рівного доступу до пріоритетних соціально-економічних благ); реалізація можливостей у виробничій сфері (надання гарантій на реалізацію індивідуальної трудової діяльності та інших форм повноцінної реалізації можливостей); отримання доходів на основі різноманітних суспільно вигідних способів та джерел їх формування; гарантії у сфері реалізації (вільний розподіл та використання доходів, вільний доступ для всіх до ринків збуту); захист громадянських свобод та можливостей використання своїх прав.

Висновки з цього дослідження. Соціалізація бізнесу як запорука ефективного менеджменту має враховуватись як на рівні побудови організаційної структури та системи менеджменту окремої фірми, так і у процесі побудови системи стратегічного соціально-економічного розвитку окремих регіонів та країни загалом.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Леонов И. Современное социальное государство: сущность, признаки, проблемы формирования. – М.: МГИМО-Университет, 2006.
2. Пряжникова О.Н. Социальная и солидарная экономика: возможности для устойчивого развития [Текст] / Ольга Николаевна Пряжникова // Экономические и социальные проблемы России : сб. науч. трудов. – 2014. – № 2. – С. 86–107.
3. Кострюкова Я.А., Морозюк Ю.В. Социализация бизнеса и социальная ответственность современных корпоративных объединений // Молодежный научный форум: общественные и экономические науки. Москва, 2014. – № 12(19). – с. 129–134.
4. Харитонова Е.М., Крыловская Е.В. Социализация предпринимательства как фактор роста национального богатства. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sotsializatsiya-predprinimatelstva-kak-faktor-rosta-natsionalnogo-bogatstva> // Социально-экономические явления и процессы. – № 5, том 9, 2014.