

ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

В даній статті розкрито визначення терміну соціальне партнерство, сформульовані причини створення соціального партнерства, визначені переваги та перешкоди, етапи його створення, визначені ділові відносини в суспільстві. Розроблено компоненти сталого соціального партнерства. Ключові слова: соціальне партнерство, соціальні потреби, соціальна відповідальність.

В данной статье раскрыто понятие термина социальное партнерство, сформулированы причины образования социального партнерства, определены преимущества и препятствия, этапы его создания, определены деловые отношения в обществе. Разработаны компоненты устойчивого социального партнерства. Ключевые слова: социальное партнерство, социальные потребности, социальная ответственность.

In the article the definition "social partnership" is considered. The appearance roots of social partnership are formulated. The phases of its development, advantages and barriers are determined. The business relations in society are explored. The components of sustainable social partnership are proposed. Key words: social partnership, social needs, social responsibility.

Постановка проблеми. Соціальне партнерство є невід'ємним елементом побудови концепції соціальної відповідальності підприємств. Для підприємств України не визначені сектори партнерства. Відсутність діалогу між комерційним сектором, державним та некомерційними організаціями не дає можливості ефективно та модернізовано побудувати партнерство. В умовах низької інституалізації напряму соціальної відповідальності підприємств необхідно визначити теоретичні засади створення міжсекторного соціального партнерства, його переваги та перешкоди. Визначення ділових відносин в суспільстві надає можливість розробити компоненти сталого соціального партнерства

Аналіз останніх наукових досліджень. Експертом в сфері соціального партнерства є Сергій Туркин та Сьюзан Симпсон, які визначили сектори соціального партнерства, та методи їх взаємодії. Асоціація менеджерів Росії мають ряд видань із приватно-державного партнерства. С. Шикшина досліджує бізнес як суб'єкт соціальної політики в ролі партнера. А. Чирикова розроблює засади та принципи взаємодії корпорацій і влади в реалізації соціальної політики як регіональної проєкції. Існує ряд зарубіжних досліджень, серед них можна виділити С. Теснер, він досліджує партнерські відносини ООН із комерційним сектором та іншими некомерційними організаціями.

Мета. Дати визначення терміну соціального партнерства, визначити сектори, переваги та перешкоди побудови. Дослідити ділові відносини та внесок бізнесу в економічний розвиток, за рахунок цього розробити компоненти сталого соціального партнерства та побудувати етапи його побудови.

Вклад основного матеріалу. В сучасних умовах інтеграції приватного сектору з державним та неурядовим формуються нові

взаємовідносини, так зване соціальне партнерство, яке розуміється як система взаємовідносин підприємства з місцевою владою та спільнотою, побудована на принципах співпраці та взаємного врахування інтересів.

Соціальне партнерство – це необхідний механізм, що поєднує людей з трьох секторів суспільства – державного, приватного та некомерційного, та виступає каталізатором позитивних соціальних змін та стабільного розвитку. Це союз декількох організацій, із двох або більше секторів, створений для реалізації одного проєкту в установлені строки або для здійснення ряду ініціатив в довгостроковій перспективі [1, с.50].

Основною формою партнерства є створення дорадчих органів із представників різних груп впливу або організація діалогу з групами впливу. Партнери погоджуються порівну розділити ризики та досягнення, регулярно аналізувати результати та при необхідності переглядати умови партнерства.

Соціальне партнерство поєднує зусилля, знання, досвід, вміння та ресурси для досягнення цілей конкретного проєкту чи програми. Соціальне партнерство не тільки підвищує ефективність корпоративної соціальної політики, але і робить цю політику стратегічною лінією поведінки підприємств а в суспільстві.

Соціальне партнерство означає узгодження інтересів персоналу, держави, роботодавців на всіх етапах прийняття та реалізації рішень, які в певній мірі стосуються цих інтересів. партнерство відбувається за допомогою сформульованого на Заході механізму трип артизму. Трипартизм – це процес узгодження інтересів, регулювання соціально-трудових відносин, вирішення конфліктних ситуацій і т.п. повинен відбуватися при участі роботодавців, їх об'єднань, профсоюзів та держави (урядова організація). Трипартизм передбачає наявність законодавчої бази, організаційних структур різних рівнів, встановлених процедур взаємодії.

Сьогодні соціальне партнерство охоплює більш ширші межі, визначає більш ширші задачі. Різноманітність взаємозв'язків соціального партнерства обумовлена причинами:

- міжсекторна співпраця дає нові рішення визначених і невизначених проблем, нові знання, розвиває навички та вміння;
- партнерство відкриває нові механізми фінансування та спів фінансування, доступ до нематеріальних ресурсів у вигляді послуг;
- партнерство дає сталі результати в процесі позитивних змін.

Партнерство двох факторне, з одного боку, потенційні переваги значно перевищують потенційні недоліки; і з іншого, при складних соціально-економічних та екологічних проблемах партнерство надає бізнесу найбільш конструктивний спосіб участі в процесі сталого розвитку. До основних видів соціальної активності приватного сектору можна віднести: партнерство з місцевою владою, власні програми, партнерства із НКО.

Існують безумовні аргументи взаємодії бізнесу з організаціями із інших секторів. Найбільш відома причина – це просвітницький власний інтерес (enlightened self-interest). Партнерство надає бізнесу наступні переваги:

- лідерство;
- розуміння бізнесом місцевих спільнот, в тому числі клієнтської бази;
- набуття ділових навичок і досвіду некомерційним сектором;
- підвищення мотивації персоналу (наприклад, за рахунок волонтерства);
- зміцнення стосунків в середині підприємства та за рахунок цього підвищення ефективності роботи;
- підвищення економічних стимулів на базі екологічних та соціальних переваг;
- підвищення репутації та розвиток бренду.

Конкретні умови та потреби розмежують партнерства, але основні процеси, які створюють їх універсальні. Основні етапи соціального партнерства:

1. Планування і створення партнерства – це найголовніший етап, який передбачає наступні дії:

- що ви бажаєте зробити;
- визначити партнерів;
- узгодити основні принципи;
- формалізувати партнерство (попередньо «протокол о намірах»);
- визначити задачі;
- заволікти стейкхолдерів;
- узгодити план дій;
- мобілізувати ресурси;
- здійснювати постійну оцінку, перегляд і корегування планів.

2. Укріплення партнерства за рахунок розуміння важливості ролі людини, яка виступає у вигляді брокера. Брокер виступає посередником між партнерськими організаціями, і найчастіше визначається організацією, яка ініціює соціальне партнерство. Задачі брокера: 1) побудова взаємовідносин між партнерами; 2) підтримка принципу партнерства серед підприємства-ініціатора та партнерськими організаціями; 3) забезпечення виконання встановлених правил з метою ефективного розвитку та функціонування партнерства; 4) захист принципів і перспектив партнерства.

3. Формування взаємовідносин. Взаємовідносини будуються на міжсекторному діалозі, презентації структурованої програми, пропонуються шляхи та цілі розвитку партнерства на базі комунікацій.

4. Управління партнерством. З моменту формалізації партнерства починається управління так званим соціальним партнерством, велику роль відіграє людина або група людей, яка керує проектом або програмою партнерства. Як показує практика, топ менеджмент не завжди вміло виконує цю роль, тому ефективніше доручити це брокеру. Ефективне управління партнерством залучає не тільки грошові ресурси, а переважно нематеріальні (персонал, знання, вміння).

5. Рішення проблем, що виникають. Найчастіше проблеми пов'язані з професіональними якостями та організаційними складнощами: великий

акцент на гроші, різні пріоритети партнерів і стейкхолдерів, відсутність персоналу з необхідними навичками, невиконання задач, ієрархічна модель структури.

б. Розробка методів оцінки партнерської діяльності. Один із прийомів відомий під назвою «action learning» – навчання в процесі роботи. Навчання передбачає пошук рішень, визначення проблем і включає консультації в процесі аналізу і оцінки. Існує багато прийомів та методів для оцінки партнерства, це щоденники та анкети, інтерв'ю, спостереження, соціальний аудит, суспільна думка. Крім аналізу важливо надати результати дослідження і оцінки.

Схематично взаємозв'язки партнерів соціальних стосунків наведемо на рис.1. Партнерство для держави при реалізації національних проєктів використовує менеджмент та організаційні технології приватного сектору. Соціальна відповідальність бізнесу виступає умовою компліментарності інститутів і фактор інституціональної рівноваги в сфері економіко-соціальної політики.

Успішне соціальне партнерство – це: 1) лідерство та бачення (спільні основні мета та задачі); 2) взаємовигода та спільний внесок (різні сектори досягають більшого при поєднанні зусиль); 3) організація (визнання сильних сторін кожного); 4) постійний зв'язок (ширий підхід); 5) оцінка. Успішне соціальне партнерство дає економічний результат – розвиток; на рис. 2 наведений внесок бізнесу в розвиток [1, с.60].

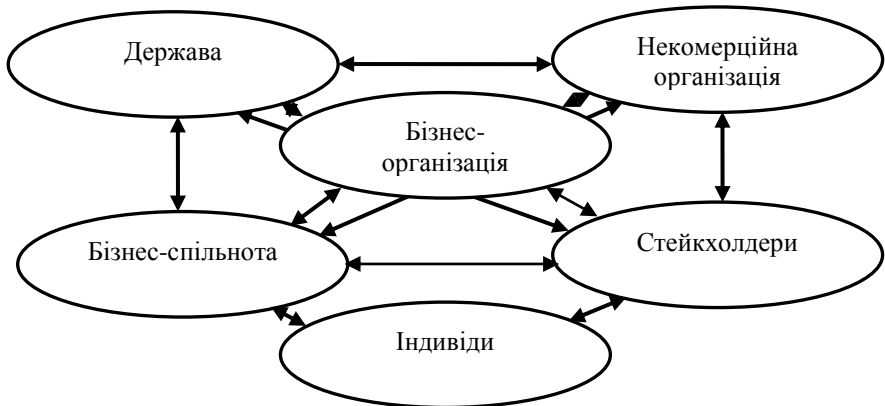


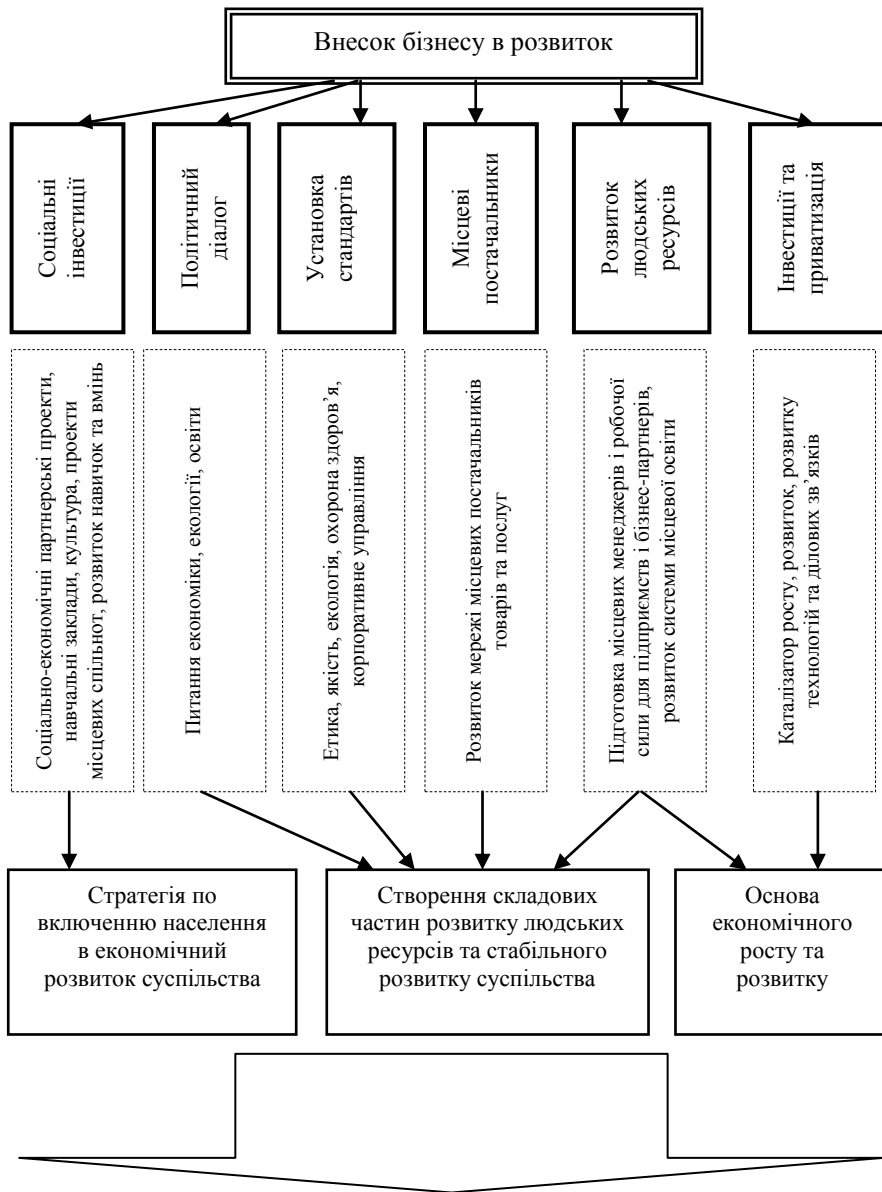
Рис. 1. Схема соціального партнерства

Підприємства мають певні переваги, у партнерстві із некомерційними організаціями, серед яких: доступ до експертних даних, до конкретних ринків, посилення корпоративної репутації, зменшення прямих витрат, розвиток навиків лідерства, потенційний нарощування темпів продажу/прибутку, консолідація як захист інвестицій, підвищення лояльності персоналу.

Якого партнера обрати для підприємства? Відповідь на це питання полягає в місії створення соціального партнерства, а місія в свою чергу визначається діловими відносинами в суспільстві (рис. 3).

Для створення міжсекторного соціального партнерства необхідно визначити напрями. Основні дослідження дали можливість визначити наступні галузі або напрями для створення партнерства: молодь, освіта, культура, охорона здоров'я і техніка безпеки, розвиток аграрних зон, соціальна однорідність, екологія, розвиток підприємництва, права людини. Для авіаційної галузі пріоритетними є аеропорти, авіаційні наука і освіта, авіаційні розробки, авіаційні заводи. Але на шляху створення ефективного соціального партнерства існують перешкоди в середині секторів, наведемо їх в табл. 1.

Також перешкодою є недосконала система діалогу між державою та приватним сектором з питання надання пільг, а саме: податкові пільги, преференції по державним замовленням та експортній діяльності, публічне визнання високої соціальної репутації соціально-відповідальних підприємств зі сторони держави, доступ до пільгового фінансування зі сторони держави.



ТОРГІВЛЯ

Рис. 2. Внесок бізнесу в розвиток



Рис. 3. Ділові відносини в суспільстві

Таблиця 1

Негативні сторони: існуючі та неіснуючі

Державний сектор	Комерційний сектор	Некомерційні організації
Бюрократія	Обмежені строки	Непрофесійність
Делегування відповідальності	Короткостроковість	Зводять рахунки
Консервативність	Наполегливість	Ідеалісти
Все заради перемоги на виборах	Все заради акціонерів	Вузькість
Негнучкість організаційної структури	Все заради прибутку	Непідзвітні
Елітарність	Ізольованість	Неінформованість

При впровадженні соціального партнерства необхідно визначити ризики. Партнерські ризики – це ризики, які можуть виникнути при взаємодії

партнерів із різних секторів. Підхід до подолання ризиків знаходиться в ключових стандартах та регламентах, що діють між партнерами. Розвиток бізнес-сфери та вимоги ділових кіл задають нові задачі по вдосконаленню системи управління ризиками. Для подолання перешкод необхідно визначити компоненти сталого соціального партнерства. Схематично розташуємо на рис. 4 їх взаємозалежність.

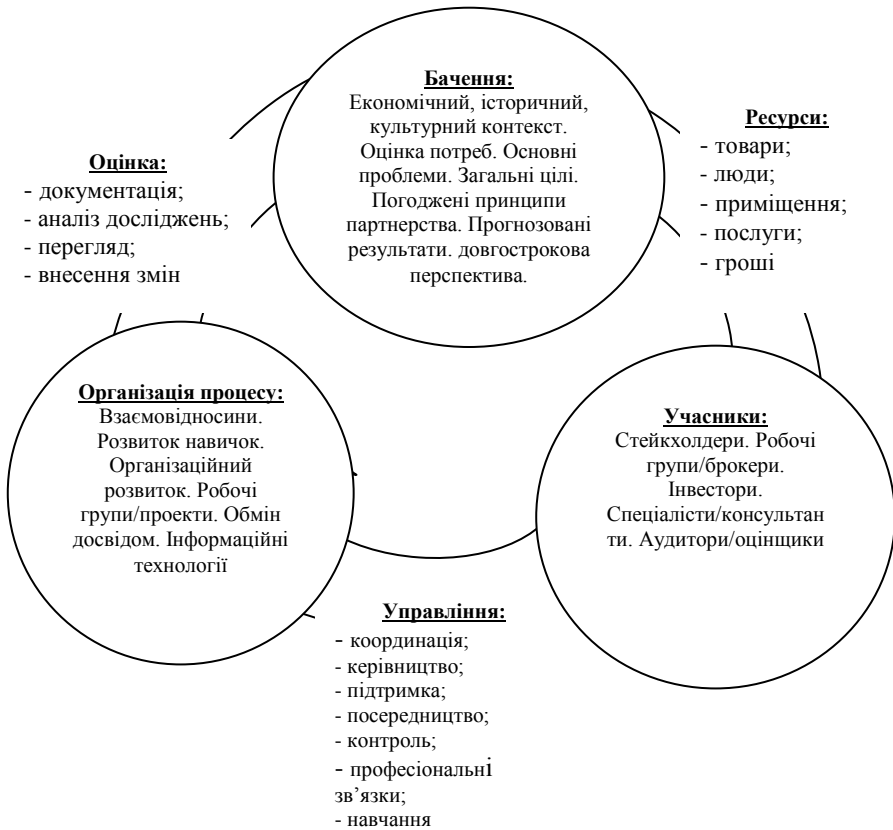


Рис. 4. Компоненти сталого соціального партнерства

Дослідження показали, що до специфічних партнерів цивільної авіації можна віднести: авіакомпанії, аеропорти, підприємства з авіаційного обслуговування, авіа будівництва та ремонт, виробництво обладнання, виробництво засобів навігації та зв'язку, постачання ГСМ і паливо заправлення, кетеринг, страхування та лізинг.

Дослідити результати діяльності партнерства виявляється більш складною задачею. Однак це найкращий спосіб продемонструвати інвесторам результати використання їх інвестицій. Необхідно чітко розмежовувати оцінку партнерських відносин в процесі реалізації проекту та оцінку ходу та результатів самого проекту. Міжнародний форум лідерів бізнесу рекомендує метод «дослідження на практиці» (Action Research). Сутність полягає в комплексному аналізі партнерських відносин і проектів, побудованих на партнерстві при особливій увазі до оцінки кількісних і якісних аспектів діяльності. Метод «дослідження на практиці» має ряд властивостей: має дослідницький характер; здійснюється учасниками партнерства; передбачає постійні комунікації з стейкхолдерами переважно надання консультацій; передбачає довгостроковий процес.

Висновки. Побудова міжсекторного соціального партнерства – це ефективний крок до сталого економічного розвитку приватного сектору та розвитку національної економіки в цілому. Розроблені теоретичні засади є першим кроком до інституалізації питань соціального партнерства, в тому числі розширення теми соціальної відповідальності. Для побудови партнерства в статті визначено, по-перше, основні сектори партнерства; по-друге, сформульовані етапи побудови ефективного соціального партнерства; по-третє, визначені ділові відносини в суспільстві та внесок бізнесу в економічний розвиток; по-четверте, розроблені компоненти сталого соціального партнерства. На ряду з цим виникають проблеми: по-перше, перешкоди або негативні сторони, що носять непідтверджений характер, по-друге, це економічна криза поточного року. Сумісні зусилля приватного, державного та некомерційного секторів на умовах діалогу та стратегічної взаємодії досягають ефективних результатів партнерства як невід’ємного елементу побудови концепції соціальної відповідальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Симпсон С., Туркин С. Социальное измерение в бизнесе [Текст]. - М.: Изд. дом. «Красная площадь», 2001. - С.96.
2. Фонд развития инфраструктуры воздушного транспорта/Партнер гражданской авиации [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://aviafond.ru>
3. Проблемы процесса воздействия социальных факторов на повышение эффективности экономики предприятий [Текст]/ А.М. Старков// Вестн. Московського у-та. Сер.18. Социология и политология.- 2006. - №3. - С.88-105.
4. Формування інституційного середовища підприємства в трансформаційній економіці [Текст]: Автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.00.01/Пустовійт Роберт Фрідріхович; Інститут екон. та прогнозування НАН України.- Захист 24.01.07.- К., 2006.-36с.
5. Аверин А.Н. Социальная политика и социальная ответственность предприятия [Текст].- М.: Издательство «Альфа-Пресс»,2008.-96с.