

2. Головінов О.М. Соціальна відповідальність бізнесу: українські реалії і проблеми / О.М. Головінов // Економічний вісник Донбасу. – 2014. – № 2 (36). – С. 187-192.

3. Косар Н.С. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в Україні / Н.С. Косар, В.М. Пилипенко, Н.Є. Кузьо // Вісник Національного університету "Львівська політехніка" "Логістика". – 2014. – № 811. – С. 176-183.

Мастеляк Л.В.

Студентка кафедри маркетингу та логістики

Науковий керівник: **Косар Н.С.**

К.е.н., доцент кафедри маркетингу і логістики

Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів

ІНВЕСТИВАННЯ У ПІДГОТОВКУ ПОТЕНЦІЙНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЯК ВАЖЛИВИЙ НАПРЯМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

Соціальна відповідальність бізнесу є дуже широким поняттям. Проте основною її метою є зростання комерційного успіху підприємства та розширення його клієнтської бази. Формами соціальної відповідальності може бути екологічний захист, благодійництво, спонсорство, партнерство тощо. Вклад у розвиток незахищених верств населення, а студенти належать до цієї групи, є також вагомим сучасним елементом соціальної відповідальності бізнесу.

У багатьох розвинених країнах бізнес активно інвестує у ВНЗ - Корея (28,6%), Канада (21,7%), Ізраїль (18%), США (16,4%), Японія (14,1%), Нідерланди (13,9%), Чехія (12,3%), Швеція (10,4%). В Україні такий показник, за результатами аналізу вторинної маркетингової інформації, становить приблизно 1% від усього фінансування вищої освіти [1].

Багато випускників вищих навчальних закладів стикаються із проблемою практичного застосування набутих знань на практиці. Проблема наявності досвіду роботи на першій співбесіді є завжди актуальною. Оскільки випускники вузів, в більшості випадків, не мають конкретних добре сформованих навиків, все більшою практикою стає навчання підприємствами своїх потенційних працівників.

Бізнес отримує такі вигоди, беручи на практику студентів:

- задоволення потреби підприємства у необхідних кадрах на перспективу;
- рівень заробітної плати такого працівника буде значно меншим, ніж у вже сформованого спеціаліста;
- студенти в більшості випадків є особами з інноваційними поглядами, смаками і принципами, що дає змогу підприємству аналізувати свій бізнес з іншої (сучасної) точки зору;
- існують додаткові переваги при оподаткуванні тощо.

Необхідно також врахувати, що існують підприємства, які організують власні школи для навчання існуючих чи потенційних працівників внаслідок зміни умов, які склалися на ринку та розвитку НТП. Сьогодні навчальні заклади, попри всі стимулювання із боку держави у вигляді більшої кількості державних замовлень та стипендій, не можуть забезпечити ринок кадрами у певних галузях економіки. Це, насамперед, стосується таких професій як програмісти, будівельники, енергетики. Особливо актуальне навчання на підприємствах для робітничих професій - каменярів, малярів, слюсарів, столярів, теслів, сантехніків, монтажників, швачок тощо. До прикладу, ЛКП «Львівелектротранс» до кінця 2017 р. планує відкрити школу для водіїв тролейбусів та трамваїв, оскільки має потребу в

близько 160 таких працівників, які Центр зайнятості не в змозі забезпечити [2]. Така ситуація склалась через те, що подані вище робітничі професії стали «не модними», а також через низьку зарплату, тому більшість представників таких професій їде на роботу за кордон, де ця ж праця оплачується вище.

Значна частина великих підприємств інвестують у студентів в рамках своєї соціальної відповідальності. Для прикладу, компанія «Nestle» пропонує програму стажування для студентів та випускників ВНЗ у комерційному та виробничому напрямках [3]. ПАТ «КРЕДОБАНК» розробив програму працевлаштування для студентів та випускників вищих навчальних закладів - Absolvent. Це навчання для кандидатів є оплачуваним із можливістю офіційного працевлаштування в банку [4].

Для студентів стажування на підприємствах - це також вагома перевага, а саме:

- можливість отримання досвіду роботи;
- частково програми стажування є оплачуваними, тому це додатковий заробіток;
- формування нового кола референтних груп, що безпосередньо позитивно впливає на свідомість особистості;
- можливість подальшого працевлаштування;
- підвищення рівня зрілості та адаптація до ринкових умов тощо.

ВНЗ пропагують дані програми стажування, а також додатково залучають практиків для проведення відкритих занять із студентами в рамках академічних дисциплін. Це, у свою чергу, сприяє просуванню самого підприємства чи окремої особи як спеціаліста, що дає змогу сформувати уявлення молодого покоління про цінності підприємства і сприяти підвищенню його іміджу.

Якщо особа, яка проходила стажування, офіційно прийнята підприємством на певну посаду, соціальна відповідальність підприємства перед ним не закінчується. Переважно, сучасні підприємці, враховуючи швидкість розвитку НТП, все частіше здійснюють перекваліфікацію своїх працівників. Якщо у розвинених країнах витрати на це складають від 2 % до 10% від фонду оплати праці, то в Україні - 0,2% [5, с. 478]. Якщо брати галузевий показник, наприклад у IT-сфері, цей показник сягає рівня розвинених країн.

Проте для того, щоб працівник отримавши певні знання, не залишив соціально-відповідальне підприємство та не перейшов до іншого із більш вигідними умовами оплати праці, з ним часто укладаються додаткові угоди на певний період навчання чи працевлаштування або підприємство спрямовує на нього заходи внутрішнього маркетингу. До таких заходів можна віднести: створення умов для формування дружнього колективу через організацію кутків дозвілля (тренажерних залів, інтерактивних бібліотек, настільних ігор тощо) прямо в офісі, організацію спільних походів в кіно, на конференції, корпоративи, перехід від режиму «з 9 до 18 години» до вільного графіку з умовою повного і своєчасного виконання завдань, якщо це можливо, оформлення подарунків для персоналу на їхні дні народження чи інші свята, організація міжнародних спільних поїздок для відпочинку та обміну досвідом тощо.

Отже, соціальна відповідальність українського бізнесу щодо своїх працівників та навчальних закладів перебуває на стадії використання міжнародного досвіду. Все більше підприємців розуміють, наскільки важливо вчасно перекваліфікувати персонал чи залучити для адаптації і подальшого працевлаштування студентів навчальних закладів. Проте і самі студенти, навчаючись у ВНЗ, повинні усвідомлювати важливість отримання знань, які надає навчальний заклад і бути об'єктивними щодо оцінки своїх знань та можливостей. Успіх на ринку праці буде забезпечений тим студентам, які з належними знаннями та широким світоглядом прийдуть до працедавця і за тим працедавцями, які готові вкласти додаткові кошти у потенційного працівника для його адаптації та подальшої підготовки. Одночасно і навчальним закладам необхідно шукати такі підприємства для проведення практики, які готові би були інвестувати у подальше навчання та освоєння практичних навичок майбутніх спеціалістів.

Список використаних джерел:

1. Український бізнес майже не інвестує у вітчизняну вищу освіту / Вища освіта Інформаційно-аналітичний портал про вищу освіту в Україні та за кордоном [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://vnz.org.ua/statti/9182-ukrayinskyj-biznes-majzhe-ne-investue-u-vitchyznjanu-vyschu-osvitu>;
2. «Львівелектротранс» відкриє свою школу водіїв, бо не може заповнити штат / Телеканал «ZIK» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://zik.ua/news/2017/10/03/lvivelektrotrans_vidkryie_svoyu_shkolu_vodiiv_bo_ne_mozhe_zapo_vnyty_shtat_1179445;
3. Програма стажування / Nestlé [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.nestle.ua/jobs/students>;
4. Студентам та випускникам ВНЗ / ПАТ «КРЕДОБАНК» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.kredobank.com.ua/absolvent.html#.WjGcCdJl_IU;
5. Савченко В.А. Розвиток персоналу: Навчальний посібник. — К.: КНЕУ, 2008. – 478 с.

Павлова С.В.,
к.е.н., Волинський інститут
економіки та менеджменту

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛІ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УРАЇНІ

Події які відбуваються в Україні останні роки – це фінансова та економічна кризи, спонукають сучасні підприємства шукати нові стратегії та підходи до ведення бізнесу, та популяризації підприємств.

Одним із таких підходів є концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), що безпосередньо узгоджується із концепцією сталого розвитку. Необхідність та доцільність впровадження концепції корпоративної соціальної відповідальності (далі – КСВ) активно вивчається світовою науковою спільнотою ще з початку 1950-х років. Найбільш розповсюдженою дана концепція є в Сполучених Штатах Америки, країнах Європи та з недавнього часу – у деяких країнах Азії. У кожній з країн існують свої підходи до впровадження концепції КСВ, що обумовлені історичними та культурними традиціями, менталітетом громадян, станом навколишнього середовища та станом розвитку економіки.

В Україні не існує сталої моделі КСВ, кожне підприємство створює власну модель на базі існуючих світових моделей КСВ. Поширенню концепції КСВ, підвищенню рівня обізнаності як окремих груп підприємств, так і суспільства в цілому сприяє активна позиція некомерційних організацій (далі – НКО), що змушує керівництво суб'єктів господарювання дещо переосмислювати підходи до ведення бізнесу. КСВ базується на триединому підході, тобто передбачає системне поєднання трьох компонентів ведення бізнесу – економічного, екологічного та соціального. У цьому аспекті в сучасному бізнес-середовищі вимоги до ведення бізнесу на засадах КСВ висуваються не тільки до компаній, які здійснюють негативний вплив на навколишнє середовище, а й до тих, які такого впливу не здійснюють. Таким чином, фінансові структури, є безпосередніми учасниками процесу «соціалізації» бізнесу.

Сьогодні експертами та провідними науковцями прийнято виділяти три моделі КСВ – американську, європейську та азійську (японську). Одразу варто наголосити, що в науковій літературі можна зустріти й інші моделі, наприклад британську, англосаксонську, континентальну, які, на нашу думку, є похідними від зазначених трьох моделей та базуються на них.