

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»
Наукове студентське товариство
Висновки круглого столу
«Соціальне партнерство в Україні: виклики та проблеми»

Тенденція до участі бізнесу в реалізації соціальних програм за останні десятиліття значно поширилася в усьому світі і в Україні зокрема. Цю співпрацю можна назвати соціальним партнерством, оскільки вона передбачає взаємовигідну діяльність.

Залежно від того, наскільки бізнес-діяльність інтегрована з соціальною програмою, можна виділяти 3 моделі соціального партнерства:

- соціальне партнерство, за якого діяльність, котрою займається компанія безпосередньо не пов'язана з соціальними програмами, але частину своїх доходів направляє на їх реалізацію;
- соціальне партнерство, за якого діяльність підприємства побудована на взаємодії із соціальною програмою;
- діяльність компанії в рамках соціальної програми.

Останній вид в Західних джерелах називають «social entrepreneurship». Однак, цей термін в перекладі «соціальне підприємництво» не можна застосовувати у вітчизняній практиці, оскільки слово «підприємництво» є синонімом слова «бізнес», а бізнес в Україні використовується лише в значення комерційної діяльності. Відповідно, бізнес не може бути соціальним.

Перешкодами для розвитку соціального партнерства є ряд факторів:

- А) на макрорівні: необізнаність державних управлінців з тенденціями розвитку організацій соціального партнерства, існування бюрократичних бар'єрів, відсутність міжгалузевого принципу роботи державних інституцій;
- Б) на мікрорівні: проблема формування ресурсної бази для реалізації соціального партнерства, відсутність або недосконалість стратегії розвитку і пов'язана з цим нездатність адаптуватися до потенційних і фактичних змін середовища, недосконалість підприємницьких та управлінських навичок для управління соціальним підприємством, протиріччя в психології соціального підприємця, пов'язані з розбіжністю між логікою підприємницької та громадської або соціальної діяльності;
- В) у науковій площині: відсутність єдиного підходу до визначення, труднощі у розмежуванні форм, виділенні критеріїв розмежування, проблема визначення соціальної цінності та її вимірювання.

Управління розвитком соціального партнерства в Україні потрібно базувати на пошуку зацікавленості у ключових суб'єктів взаємодії – бізнесу і соціуму. Їх інтерес побудований на максимізації результатів діяльності, і, говорячи про залучення до партнерства, варто акцентувати на потенціалі для розвитку, який зможуть отримати всі партнери. Однак, сила цього інтересу (а з нею і міцність зв'язків) у кожній моделі різна. У першій – головною ціллю бізнесу, який віддає частину від прибутку на соціальну програму, не є досягнення соціального ефекту, відповідно, інтерес опосередкований, слабкий. Таким же проблематичним є пошук інтересу для взаємодії у третій моделі, де організація потребує постійного залучення зовнішніх ресурсів для функціонування. Лише друга модель дає бізнесу можливість отримувати прибутки, створюючи таким чином безпосереднє зацікавлення у взаємодії з соціальною програмою. На даний момент в Україні найбільш розвинена перша модель соціального партнерства, що реалізується у

вигляді соціальної відповідальності бізнесу, і її слід розвивати надалі. Найбільш перспективною в сучасних мовах соціально-економічного розвитку України є друга модель, функціонування якої дозволяє отримати вигоди всім соціальним партнерам. Після досягнення стану задовільного функціонування обох цих моделей можна буде окрему увагу приділити розвитку третьої.

Висновки круглого столу направити Прем'єр-міністру України, Голові Державної служби зайнятості, Голові Пенсійного фонду, до Міністерства соціальної політики, Фонду соціального страхування.

Підготовлено організаційним комітетом круглого столу