

СЕКЦІЯ «СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УМОВАХ СИСТЕМНОЇ КРИЗИ»

УДК 33:36

*Бугаєва М.В., к.е.н., доц.
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НАПРЯМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, та створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства. Сьогодні соціально відповідальна поведінка є обов'язковим елементом успішного підприємництва, а провідні міжнародні та вітчизняні компанії перетворюють концепцію соціальної відповідальності в найефективніший інструмент забезпечення своєї конкурентної переваги.

Актуальність розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності визначається рядом економічних проблем і зростанням рівня конкуренції між підприємствами, а також підвищенням ролі споживачів. Тому в сучасних умовах господарювання, важливою конкурентною перевагою кожного вітчизняного підприємства є розроблення дієвої стратегії корпоративної соціальної відповідальності, що забезпечить задоволення соціальних потреб усіх рівнів.

Провідні міжнародні інституції (ООН, МОП, Міжнародна організація зі стандартизації, Світовий Банк, Європейська Комісія, Міжнародна конфедерація профспілок та ін.), наукові і громадські організації реалізують різноманітні проекти з дослідження КСВ. Дослідженню корпоративної соціальної відповідальності присвячені праці Ю.Є. Благова, Г. Боуена, І.П. Булеєва, П. Друкера, К. Девіса, А. Керрола, Ф. Котлера та Н. Лі, С.П. Перегудова, С. Сеті, О. Тіда та ін. Роль корпоративної соціальної відповідальності у системі соціально-трудових відносин висвітлювалася у працях Т.А. Костишиної, В.І. Куценко, У.Я. Садової, М.В. Семікіної, Л.В. Шаульської, колективних монографіях учених Інституту демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи НАНУ, Інституту економіки промисловості НАНУ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана» та ін. Проте їхня увага переважно зосереджена на теоретико-методологічній концептуалізації соціальної відповідальності. Поза межами досліджень залишаються механізми забезпечення сучасних практик корпоративної соціальної відповідальності в Україні, зокрема визначення конкретних напрямів впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремого підприємства. Зазначене зумовило вибір теми, мету та завдання дослідження.

Метою дослідження є обґрунтування конкретних напрямів впровадження та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремого підприємства.

За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов’язань перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому. Виходячи з комплексного вивчення підходів зарубіжних і вітчизняних вчених до визначення поняття «соціальна відповідальність», ми пропонуємо таке визначення корпоративної соціальної відповідальності – це складна система взаємопов’язаних елементів управління ресурсами підприємства, яка направлена на вирішення суперечливих розбіжностей зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що забезпечує стійкий розвиток підприємства; це відповідальність тих, хто схвалює бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені.

В свою чергу корпоративна стратегія – це сукупність дій, в якій окремі комбінації поведінки підприємства підпорядковані заздалегідь обдуманому плану, що допомагає йому досягти встановленої мети. Концепція корпоративної стратегії спрямована на досягнення однієї мети – збільшення добробуту власників капіталу через збільшення біржової вартості акцій корпорації. Але важливо зазначити, що обираючи загальну мету корпоративної стратегії, корпорація повинна визначитися з основними її орієнтирами.

Створення умов для ефективного функціонування КСВ на підприємстві потребує реалізації стратегії КСВ у процесі здійснення комплексних інституціональних та організаційних заходів. Основний цикл регулювання стратегії КСВ на підприємстві складається із стадій: підготовчої, організаційно-економічної, виконавчої, моніторингової.

На підготовчій стадії визначаються програмні та ресурсні орієнтири впровадження стратегії КСВ шляхом поєднання стратегічних цілей підприємства та тактичних завдань, а також забезпечення їх необхідними ресурсами. У рамках організаційно-економічної стадії вирішуються завдання організаційно-структурного та нормативно-правового характеру. Головним завданням стадії є формування бази для функціонування корпоративних соціально-орієнтованих відносин. На виконавчій стадії здійснюється безпосередня реалізація програм та проектів відповідно до затвердженої стратегії, за необхідності відбувається навчання чи консультування персоналу та відповідальних осіб. Завершальним етапом та результатом виконавчої стадії є складання звітності, в тому числі і нефінансової та її оприлюднення. На стадії моніторингу головним завданням є спостереження за виконанням стратегії, її результатами і впливом на діяльність підприємства.

Залежно від особливостей взаємин підприємства з різними інститутами та суб’єктами соціально-економічного середовища виділимо п’ять сфер реалізації стратегії соціальної відповідальності підприємств. Однією з найважливіших, і навіть обов’язкових сфер реалізації КСВ, є відповідальність бізнесу перед державою щодо своєчасної та повної сплати податків і платежів до бюджету.

В основі стратегії соціально відповідальної поведінки підприємства щодо навколишнього середовища лежить реалізація таких заходів, як використання ресурсо- та енергозберігаючих технологій; мінімізація негативного впливу на довкілля через обмеження шкідливих викидів у навколишнє середовище та використання й утилізації відходів; економне використання, захист та відновлення природних ресурсів.

Нами було проведено дослідження щодо можливих напрямів реалізації стратегій КСВ, які потенційно можуть бути застосовані на конкретному підприємстві та охоплюють сфери фінансової, трудової, суспільної та екологічної відповідальності. Результати дослідження представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Напрями реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємства

Назва	Загальна характеристика напрямів стратегічного управління КСВ
Фінансова відповідальність	– створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та рентабельності
Соціально-судова відповідальність	– система оплати праці та мотивації працівників; – підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників; – охорона здоров'я працівників; – забезпечення безпеки праці
Соціальна відповідальність	– забезпечення житлом; – розвиненість соціальної інфраструктури; – охорона здоров'я; – наявність оздоровчих об'єктів; – забезпеченість соціокультурними об'єктами
Суспільна відповідальність	– співпраця з місцевим співтовариством та місцевою владою щодо вирішення важливих для громади проблем; – забезпечення випуску якісної продукції та запровадження системи оцінки якості; – дотримання принципів доброчесності та повноти при сплаті податків та інших обов'язкових платежів; – формування позитивного іміджу серед діючих та потенційних інвесторів та кредиторів
Екологічна відповідальність	– запровадження системи екологічного менеджменту, інтегрованої у всі етапи діяльності підприємства. Система екологічного менеджменту має охоплювати два етапи: стабілізацію екологічної ситуації та її покращання

Загалом, алгоритм розробки та впровадження стратегій КСВ у діяльність підприємства, окрім зазначених елементів, має включати постійний моніторинг результативності реалізації основних напрямів КСВ з метою відстеження відхилень, їх фіксації та прийняття управлінських рішень для їх усунення.

Однак, загалом в стратегії корпоративно-соціальної відповідальності слід виділяти шість основних соціально відповідальних програм, які можуть бути впроваджені підприємством у свою діяльність, а саме: 1) розвиток персоналу; 2) охорона здоров'я і створення безпечних умов праці; 3) соціально відповідальна реструктуризація; 4) природоохоронна діяльність і ресурсозбереження; 5) розвиток територій присутності; 6) доброчесна ділова практика.

Невід'ємною складовою стратегії корпоративної соціальної відповідальності має стати розробка постійного двостороннього зв'язку між підприємством та громадськістю, який би дозволив не лише поширювати інформацію про діяльність підприємства у сфері корпоративної відповідальності, а й оцінювати її відповідність потребам і очікуванням зацікавлених сторін та суспільства загалом.

У трудових відносинах вона охоплює всі елементи гідної праці: не просто вчасно виплачену, а достатньо високу заробітну плату, нормативно визначену тривалість робочого дня, повагу до працівників, соціальне страхування і соціальні гарантії, безпеку на виробництві та ін. Підприємства повинні гарантувати зайнятість, планувати трудову кар'єру, сприяти розвиткові корпоративної культури, залучати працівників до участі в управлінні.

Напрями реалізації стратегії КСВ у трудових відносинах системно представлені в табл. 2.

Таблиця 2

Напрями реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності
у трудових відносинах

Напрями реалізації КСВ у трудових відносинах	Складові реалізації КСВ у трудових відносинах
Заходи соціального захисту працівників	– ліквідація дискримінації за будь-якою ознакою; – підтримка гідної оплати праці; – застосування мотиваційних схем оплати праці; – надання соціального пакета; – участь працівників у доходах та розподілі прибутку
Розвиток та підтримка персоналу	– підвищення рівня кваліфікації; – навчання та забезпечення професійного і кар'єрного зростання; – програми адаптації; – підтримка внутрішніх комунікацій у організації; – формування корпоративної культури; – надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях; – забезпечення балансу між роботою та сім'єю; – створення можливостей трудової самореалізації представникам вразливих груп; – інформаційно-роз'яснювальна робота щодо участі в соціальних програмах організації; – навчання та інформування працівників у сфері соціальної відповідальності
Охорона здоров'я та безпечні умови праці	– охорона праці та техніка безпеки; – підтримка належних санітарно-гігієнічних умов праці; – медичне обслуговування працівників та їх сімей; – профілактика професійних захворювань; – забезпечення лікувально-реабілітаційних заходів; – створення ергономічних робочих місць; – підтримка материнства та дитинства; – додаткове медичне страхування
Розвиток соціально-культурного сервісу	– надання житла працівникам; – створення та підтримка власних творчих колективів; – створення мережі соціальних закладів; – створення умов для відпочинку працівників
Соціально відповідальна реструктуризація	– реорганізація трудових процесів; – зменшення рівнів ієрархії; – скасування структурних елементів за допомогою аутсорсингу і надання самостійності структурним підрозділам; – проведення інформаційних кампаній, які висвітлюють структурні зміни в майбутньому; – заходи з професійної перепідготовки кадрів; – сприяння у працевлаштуванні; – здійснення компенсаційних виплат працівникам, які потрапили під скорочення штату

Ефект від використання соціального партнерства як засадничого принципу реалізації стратегії КСВ можна отримати лише в тому випадку, коли дотримання соціально відповідальної поведінки буде регулярним і досягатиметься шляхом постійної взаємодії соціальних партнерів.

Одним з найважливіших елементів концептуальних засад реалізації стратегії КСВ у трудових відносинах є вибір форм реалізації соціального партнерства, адже саме на їхній основі здійснюється ефективна взаємодія соціальних партнерів. Такий вибір повинен ґрунтуватись на основі визначення поточного стану та наявних можливостей за пріоритетними напрямками соціальної відповідальності у трудових відносинах.

Рівень соціальної відповідальності суб'єкта господарювання залежить від кількості добровільно взятих ним суспільних і корпоративних обов'язків.

Основні напрями стратегії соціально відповідальної діяльності, що реалізуються суб'єктами господарської діяльності на добровільних засадах відображені на рис. 1.

Отже, на загальнодержавному рівні поширення стратегії корпоративної соціальної відповідальності на засадах соціального партнерства сприятиме зменшенню соціальної напруги, виявленню прихованих форм соціальної напруженості в національній економіці, розробці своєчасних заходів щодо запобігання її зростанню, забезпеченню соціальної стабільності. В умовах сучасного розвитку ринкового середовища правильно побудована стратегія соціальної поведінки підприємства є запорукою лояльності споживачів і передумовою формування позитивного іміджу підприємства. Оскільки недостатньо розробленими залишаються механізми практичного втілення соціально відповідальних стратегій за окремими напрямками, подальшу увагу варто акцентувати на пошуку шляхів та дієвих рішень щодо узгодження інтересів підприємства з громадою, владою взаєморозуміння і взаємовигоди.

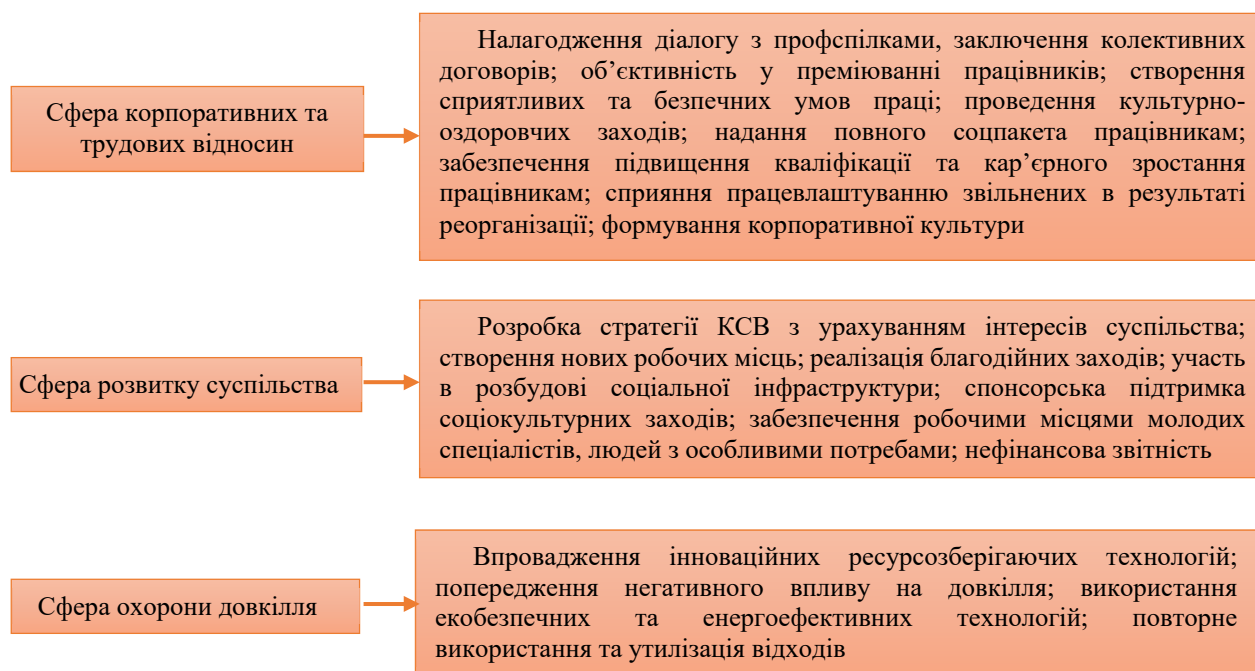


Рис. 1. Напрями реалізації стратегії соціальної відповідальності підприємства

Список використаних джерел

1. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю.Е. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета: Сб. научн. трудов. – Санкт-Петербург, 2006. – Вып. 2. – С. 324.
2. Грішнова О.А. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.А. Грішнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – № 1. – С. 39-46.
3. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5-26.
4. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; [пер. з англ. С. Яринич]. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
5. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: [моногр.] / [А.М. Колот, О.А. Грішнова та ін.] ; ред. А.М. Колот. - К.: КНЕУ, 2012. – 501 с.
6. Bowen H.R. Social Responsibilities of the Businessman / H.R. Bowen. – N.Y. Harpers Row, 1953. – 298 p.
7. Fridman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profits / M. Fridman // New York Times Magazine. – 1970. - № 32. – p. 122-126.

УДК 33:36

*Губарева В.Г., студент 5-го курсу ФОПМ,
Червінська Л.П., д.е.н., проф.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»
м. Київ*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ ОРГАНІЗАЦІЇ

В умовах глобалізації економічного розвитку та загострення конкуренції зростає значимість соціальної відповідальності підприємств і організацій, що позитивно позначається на їх репутації та іміджі. Програми соціальної відповідальності суб'єктів бізнесу дають можливість забезпечувати вирішення найважливіших економічних проблем, пов'язаних із забезпеченням сталого економічного розвитку, використанням природних ресурсів, екологізації довкілля, мотивації і розвитку персонал тощо.

Найбільші корпорації світу сьогодні відомі своїми вчинками доброї волі і витрачають значні кошти на реалізацію заходів соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність є невід'ємною складовою бізнес-процесів світових лідерів на глобальному ринку, про що свідчить діяльність таких інноваційно-орієнтованих організацій як Johnson&Johnson, Netflix, Starbucks, Google, Coca-Cola.

Вдалим прикладом ефективного реалізації соціальної відповідальності бізнесу є світовий гігант Johnson&Johnson, діяльність якого протягом трьох десятиліть зосереджена на зменшенні негативного екологічного впливу на навколишнє середовище. Соціально відповідальні ініціативи компанії в екологічній сфері варіюються від використання сили вітру до забезпечення