

– зниження матеріальних витрат через досягнення нормативних показників і економії матеріалів, паливно-енергетичних ресурсів, сировини, інструменту і т. ін., а також зменшення втрат і відходів виробництва.

Отже, однією із сучасних ефективних технологій управління трудовою поведінкою персоналу виступає механізм соціально-економічного стимулювання персоналу на промисловому підприємстві.

Список використаних джерел

1. Толстікова, О.В. Оцінка та мотивація трудової поведінки працівників промислових підприємств / О.В. Толстікова // Управління розвитком: зб. наук. ст. – Харків: ХНЕУ, 2006. – № 7. – С. 66-69.
2. Пономаренко, В.С. Управління трудовими потенціалом. Наукове видання / В.С. Пономаренко, В.М. Гриньова, М.М. Салун, М.М. Новикова. – Харків: Вид. ХНЕУ. 2006. – 348 с.

*Бугаєва М.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри економіки та підприємництва
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

ЗАПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Загальновідомо, що соціальна відповідальність, за сучасним трактуванням, відображає специфіку соціальних відносин, які виникають у всіх сферах людської діяльності. У тому числі у виробничій, підприємницькій, де взаємозв'язки між людьми та колективами засновані на свідомому ставленні до вчинків, які здійснюються у відповідності до потреб суспільства й окремої особистості. В останні кілька років чи не найактуальнішою для вітчизняної бізнес-спільноти стала тема соціальної відповідальності підприємств. Соціальна відповідальність відноситься до числа таких проблем, інтерес до яких ніколи не знижується, але її розуміння багато в чому залежить від змін, що відбуваються в суспільстві. Соціально-економічний прогрес, розширення соціальних зв'язків між людьми, зростання особистісних сил людини розширюють межі її відповідальності. Це дає імпульс підвищенню відповідальності суспільства за створення умов для розвитку кожної особистості, всебічної реалізації її здібностей.

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-трудова відносин висвітлювалася у працях Т.А. Костишиної, В.І. Куценко, У.Я. Садової, М.В. Семикіної, 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.

Поза межами досліджень в Україні залишаються питання складання та запровадження соціальної звітності на підприємстві в системі забезпечення корпоративної соціальної відповідальності.

На сайтах національних організацій періодично публікуються нефінансові звіти та розкриваються положення кадрової політики. Кожна українська компанія може обирати для себе структуру соціального звіту в залежності від виробничої необхідності та етапів розвитку моделі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

Беручи до уваги нетривалу традицію надання соціальної звітності, вітчизняні організації обережно ставляться відкриття даних стосовно соціальних характеристик власної діяльності. Документи однозначно відрізняються як за обсягами представлених матеріалів, так і за масштабом розгляду даних. Найбільш розповсюдженими компонентами соціального звіту в національних компаніях є сприятливі умови для трудової діяльності та розвиток соціального капіталу, охорона навколишнього середовища, філантропія, взаємодія з місцевим товариством.

Зауважимо, що у вітчизняній нефінансовій звітності й досі домінує описовість – надання основних даних без зазначення кількісних та вартісних показників, які дають можливість проаналізувати ефективність капіталовкладень у соціальний капітал та вплив від реалізації цих заходів. Без кількісних показників складно надати верифіковану інформацію про функціонування підприємства та оцінити його зусилля щодо інвестування в освіту, навички робітників. Показники, що представлені у звітах, переважно є частковими й несистемними, відображаються без кількісного звітування, а отже, організації не мають можливості отримати позитивні ефекти від корпоративної соціальної відповідальності. Однією із перших цілей для більшості національних організацій, безперечно, є сталий розвиток, а також виведення компаній із економічної кризи. Тим не менш, деякі компанії в Україні виділяють ресурси й час на підготовку своїх перших звітів зі сталого розвитку, підтримуючи традицію, котра запроваджується протягом останніх десяти років компаніями Західної Європи й інших країн світу. Така тенденція полягає в тому, що компанії приділяють додаткову увагу корпоративній соціальній відповідальності перед суспільством. Інформація до звітів подається компаніями не за всіма пунктами міжнародних стандартів. Відповідно до існуючого законодавства будь-яка організація має право самостійно обирати нормативну базу для складання звіту.

В Україні найбільш часто використовуються дві нормативні бази звітності: Глобальна ініціатива зі звітності (Global Reporting Initiative) і Глобальна угода Організації Об'єднаних Націй (United Nations Global Compact).

Але при цьому переважна більшість невеликих та середніх вітчизняних підприємств не розробляють соціальні звіти за окремими напрямками. Однією з причин ненадання інформації є відсутність узгодженої з міжнародними стандартами форми соціального звіту. Соціальна звітність корпорацій є найважливішою складовою системи соціальної відповідальності бізнесу. У науковій літературі немає загальноприйнятого визначення корпоративної соціальної звітності. До того ж у різних дослідженнях розглядаються синонімічні поняття: «нефінансова звітність», «соціально відповідальна звітність», «соціальна звітність», «соціальна та екологічна звітність».

Ми пропонуємо визначати корпоративну соціальну звітність як складну систему інформації, що відображає не тільки благодійні та спонсорські програми компанії, але й будь-які інші соціально значущі аспекти її діяльності, які можуть спричинити суттєві наслідки для самої компанії, споживачів її продукції, акціонерів, державних органів, контрагентів чи будь-яких інших, пов'язаних із нею груп суспільства. Природно, що ведення нефінансової звітності сприятиме й розвитку відносин із інвесторами. Доступність інформації не тільки про фінансову, а й про екологічну й соціальну діяльність підприємства дозволить інвесторам провести ретельний аналіз ризиків і збільшує ймовірність інвестування у підприємство та його проекти.

Загальна структура соціального звіту включає в себе чотири основних елементи: 1) надання загальних відомостей про компанію, основні досягнення минулого року; 2) звернення керівництва компанії з метою надання загальних відомостей і, можливо, для інформування про керівництво; 3) основна частина соціального звіту; 4) заключна частина звіту, яка включає в себе зведені таблиці основних показників за рік і план подальшого розвитку.

Основна частина соціального звіту включає в себе такі блоки: – екологія, – освіта, – соціальний захист / забезпечення, – соціально-економічний розвиток регіону, – культурний розвиток регіону, – допомога людям із проблемних соціальних груп, – взаємодія зі стейкхолдерами, – боротьба з корупцією, – формування культури ділової поведінки, – благодійність, – волонтерський рух, – спорт.

На наш погляд, українським підприємствам доцільно розробляти нефінансовий звіт за загальною моделлю звітності, що ґрунтується на таких документах, як Глобальна ініціатива зі звітності (GRI), ISO 26000 та Фінансові загальні принципи управління з підготовки звіту. Модель звітності включає наступні індикатори: – організаційне управління: інформація про компанію, управління соціальною відповідальністю та процес залучення заінтересованих сторін; – економічна відповідальність: інформація про економічні цілі, досягнення і показники (доходи, державна підтримка і непрямі фінансові наслідки); – людські ресурси: політика і підходи щодо управління персоналом, реструктуризація і припинення трудових відносин, показники гендерної рівності, схеми винагороди, навчання та підвищення кваліфікації кадрів, здоров'я та безпека персоналу; – довкілля: екологічні цілі, питання підвищеного ризику, екологічні показники (електроенергія, водопостачання, відходи), відповідність нормативним вимогам; – суспільство: участь у місцевих громадах, протидія корупції, участь у державній політиці (наприклад, лобіювання), поведінка на ринку (дотримання правил конкуренції), а також дотримання законів і правил; – відповідальність за якість продукції: показники задоволеності клієнтів, здоров'я та безпеки продукції та послуг; – права людини: питання прав людини у зв'язку з господарською діяльністю компанії; – управління ланцюгами поставок; – принципи звітності та розрахунків (необов'язковий розділ): методологічна інформація з підготовки звіту та принципи розрахунків по всьому звіту.

Кожен розділ повинен містити обов'язкову і необов'язкову інформацію. Звіт має бути підготовлений за принципом «дотримуйся або пояснюй». Це означає, що, якщо підприємство не повідомляє про конкретне питання, воно повинно пояснити, чому це питання не висвітлюється.

Також важливим моментом у складанні соціального звіту та в частині його висвітлення повинно стати обов'язкове оприлюднення вітчизняними підприємствами в тому числі і на веб-сайті, наступну інформацію: 1. Відомості про організаційну структуру підприємства, включаючи органи управління підприємства, зокрема: – організаційну структуру підприємства, положення, роль, функції, принципи роботи, частоту зустрічей; – керівників підприємства: ПІБ, біографії, досвід та строк роботи, дату призначення на посаду; – принципи призначення голови генерального директора та виконавчого директора та/або продовження контракту з ними; – принципи оцінки діяльності органів управління підприємства; 2. Кодекс етики та результати його впровадження; 3. Політика антикорупції; 4. Політика щодо заробітної плати, бонусів та винагород керівництва. Принципи нарахування винагороди (заробітна плата, премії, соціальний пакет, пенсійні виплати) для керівництва компанії та членів окремих органів управління, а також її розмір; 5. Система управління корпоративною соціальною відповідальністю.

Ще одним важливим кроком на шляху формування КСВ є складання корпоративного кодексу етики та його оприлюднення як частини соціальної звітності підприємства.

При підготовці нефінансового звіту підприємство повинно встановити цикл звітності, програму збору інформації, комунікації та отримання зворотного зв'язку. Такий звіт має випускатися періодично, але регулярно, адже цінність має не разовий опис цілей і проблем, а послідовне (раз на рік або на два роки) оприлюднення досягнутих результатів і нових планів.

Отже, запровадження соціальної звітності на підприємстві в системі забезпечення корпоративної соціальної відповідальності є основною публічною платформою підприємства для висвітлення своїх показників сталого розвитку та впливу, як позитивного, так і негативного.

Список використаних джерел

1. Безчотнікова, С.В. Корпоративна соціальна відповідальність: соціально-комунікаційний та економічний аспекти / С.В. Безчотнікова // Держава та регіони. Сер.: Гуманітарні науки. – 2012. – № 4. – С. 111-114.
2. Діденко, Н.Е. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціального партнерства в системі соціально-трудових відносин в Україні / Н.Е. Діденко // Менеджер. – 2007. – № 3. – С. 31-35.
3. Колот, А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А. Колот // Економічна теорія. - 2013. – № 4. – С. 5-26.
4. Петрашко, Л.П. Корпоративна відповідальність в парадигмі глобального управління : автореф. дис. на здобуття наук. ступня д-ра. екон. наук : спец. 08.00.02 «Світове господарство і міжнародні економічні відносини» / Л.П. Петрашко. – Київ, 2013. – 40 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.

*Волянська-Савчук Л.В., канд. екон. наук, доцент
кафедри управління персоналом і економіки праці
Байда І.Р., студентка
кафедри управління персоналом і економіки праці
Хмельницький національний університет
м. Хмельницький*

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ, ВИДИ ТА ПРИНЦИПИ

Актуальність даної теми впливає з необхідності створення відповідної концепції та методів формування корпоративної культури організації як основи її сталого розвитку в майбутньому. Важливою умовою такого розвитку є науково обґрунтоване розроблення основних принципів, що визначають її базові вихідні засади. В умовах забезпечення економічного і соціального розвитку розроблення принципів корпоративної культури обумовлене важливістю її впливу на діяльність підприємства.

Принципи корпоративної культури повинні відповідати критеріям стабільного та ефективного розвитку підприємства. Впровадження та дотримання принципів корпоративної культури дозволить зробити її могутнім інструментом управління персоналом, забезпечить цілісність організації, створить сприятливі умови для управління підприємством та сприятиме стабільному розвитку корпоративної культури.