

УДК 65.011.1 (477)

СИСТЕМА ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Анотація

Визначено структуру системи впровадження корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) на машинобудівних підприємствах та запропоновано підходи щодо її реалізації.

Определена структура системы внедрения корпоративной социальной ответственности (КСО) на машиностроительных предприятиях и предложены подходы по ее реализации.

Вступ та постановка проблеми. В останні роки питання розвитку та запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) набуло значного поширення серед керівників вітчизняних підприємств різних галузей економіки. Однак, результати досліджень, проведених українськими вченими (Бегма Ю., Вінніков О., Редько О., Акімова І., Стародубська М.), свідчать про вузьку направленість КСВ заходів, відсутність системного підходу до розробки та реалізації КСВ у діяльності підприємств, зокрема і машинобудівної галузі, нерозвиненість практики моніторингу та оцінки результативності соціально-відповідальної діяльності підприємств.

Саме тому, *метою даної статті* є визначення загальної системи запровадження КСВ у діяльність машинобудівних підприємств та характеристика окремих складових системи з позиції вибору ефективного підходу до їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження із обґрунтуванням отриманих результатів. У світі сформувався єдиний підхід щодо суті методів реалізації програм КСВ та загальних вимог до принципів поведінки підприємств у сфері КСВ. Звичайно, назва, ступінь деталізації та рівень охоплення методів реалізації програм КСВ все ще відрізняються один від одного в залежності від особливостей середовища діяльності підприємства. Однак, порівнюючи їх значення та мету застосування можна виокремити спільні характеристики, притаманні їм, а саме [2, с. 25-26; 6]:

- надання безпосередньої фінансової підтримки реалізації суспільно-важливих програм через створення окремих цільових фондів чи перерахунку частини доходів від реалізації продукції;
- залучення працівників у якості волонтерів до виконання суспільно-важливих робіт чи надання послуг;
- створення умов для зміни поведінки окремих цільових груп та суспільства загалом шляхом реформування загальної політики ведення господарської діяльності підприємства чи проведення цільових інформаційних кампаній.

Однак, на нашу думку, дані методи реалізації КСВ програм не дозволяють повністю охопити весь спектр напрямів діяльності, які формують складові елементи КСВ підприємств. Головна причина подібної ситуації полягає у тому, що вищезазначені методи лише у загальних рисах визначають можливі підходи до реалізації КСВ у діяльності підприємства, зосереджуючись при цьому на зовнішній (суспільній) формі прояву КСВ та ігноруючи внутрішні складові соціально-відповідальної політики підприємства.

Зважаючи на це, нами було проведено дослідження існуючих наукових поглядів щодо можливих напрямів реалізації КСВ програм, які потенційно можуть бути застосовані на машинобудівних підприємствах та охоплюють сфери економічної, трудової, суспільної та екологічної відповідальності. Результати дослідження представлено у таблиці 1.

Напрями реалізації КСВ діяльності підприємства
[1, с. 22-24; 3; 7, с.118-120]

Назва	Загальна характеристика напрямів
Економічна відповідальність	– створення умов для забезпечення фінансової стабільності та економічного розвитку підприємства, забезпечення його прибутковості та рентабельності;
Трудова відповідальність	– система оплати праці та мотивації працівників; – підвищення професійного рівня та кваліфікації працівників; – охорона здоров'я працівників; – забезпечення безпеки праці;
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 добросовісності 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 покращення.

Загалом, алгоритм розробки та впровадження КСВ у діяльність машинобудівних підприємств, 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. Основа системи моніторингу повинна закладатися ще на етапі планування КСВ заходів, перетворюючись тим самим на невід'ємну складову процесу впровадження КСВ на підприємстві. Моніторинг показників КСВ підприємства має здійснюватися за принципом зворотного зв'язку як методу впливу результатів діяльності системи на визначення структури та необхідних обсягів затрат вхідних ресурсів. Варто відмітити, що принцип зворотного зв'язку є одним із головних принципів управління відкритою системою, якою на сучасному етапі економічного розвитку і є будь-яке підприємство, він дозволяє здійснювати постійний моніторинг відхилення досліджуваної системи від певного «ідеального» стану [4, с. 207].

Іншою важливою частиною процесу підготовки та реалізації КСВ у діяльності підприємств у сферах економічної, трудової, суспільної та екологічної відповідальності виступає інформаційна складова. У «Рекомендаціях з інформування з питань КСВ» [8], розроблених Генеральним Директоратом з Розвитку Підприємництва Європейської Комісії, міститься перелік інструментів, за допомогою яких можна поширювати інформацію серед цільової аудиторії. До них відносять:

- участь працівників у розробці концепції ціннісних орієнтирів підприємства;
- організація регулярних зустрічей працівників;
- проведення зустрічей з новими працівниками, з метою ознайомлення їх з ціннісними орієнтирами підприємства;
- використання скриньки пропозицій;
- використання постерів, банерів, інформаційних листівок, брошур та буклетів, що містять інформацію про соціально-відповідальну діяльність;
- відображення політики соціальної відповідальності у маркуванні продукції;

- організація спеціальних заходів (прес-конференцій, прийомів для широкого кола зацікавлених сторін тощо);
- відображення зобов'язань із впровадження принципів соціальної відповідальності на веб-сайті підприємства.

Варто відмітити, що запропоновані інструменти не є рівнозначними за рівнем охоплення та ефективністю впливу на зацікавлені групи, крім того, деякі з них є вузьконаправленими і можуть бути застосовані для підтримання зв'язків лише з однією конкретною групою впливу.

На відміну від них, соціальні звіти виступають найбільш ефективним та універсальним інструментом поширення інформації про соціально-відповідальну діяльність підприємств. Наразі, розробляється та популяризується ідея соціального звітування, що у широкому значенні передбачає підготовку підприємствами звітів, які міститимуть інформацію не тільки про економічні результати діяльності, а й соціальні та екологічні показники [5, с. 167-168].

Наразі, виділяють три форми соціальних звітів, які використовуються підприємствами у наш час – це звіт у довільній формі, комплексний звіт за принципом «потрійної результативності діяльності» (triple bottom line) та стандартизований звіт. Найбільш досконалою є третя форма звітів, перевагами якої виступають повнота, об'єктивність та порівняння отриманих даних. В основу підготовки даної форми звітів покладено вимоги міжнародних стандартів, найбільш популярними серед яких виступають - стандарт "Соціальної відповідальності 8000", стандарт АА 1000 та Глобальна ініціатива з питань звітності [1, с. 33-35].

Однак, зважаючи на те, що ідея запровадження міжнародних стандартів КСВ розглядається відокремлено, а іноді і протиставляється діючій загальнодержавній системі підготовки звітів вітчизняними підприємствами, зокрема і машинобудівної галузі, досить часто висловлюється думка про надмірність та невідповідність витрат на запровадження стандартів КСВ потенційним перевагам.

В той же час, аналіз форм звітів, які щороку готуються вітчизняними машинобудівними підприємствами, свідчить, що значна частина інформації, яка у них міститься, може бути використана в якості бази для оцінки основних складових КСВ підприємства.

Тоді, основні кроки, необхідні для запровадження стандартизованих КСВ звітів на машинобудівних підприємствах, полягатимуть у наступному:

- 1) визначенні єдиного переліку індикаторів, що характеризуватимуть діяльність підприємства у сфері КСВ;
- 2) розширення діючої на підприємстві системи обліку даних, врахування додаткової, не передбаченої діючою системою звітування, інформації, яка відноситься до КСВ діяльності підприємства;
- 3) використання нових інформаційних технологій з метою прискорення обробки первинної інформації.

Висновки з дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, схема запровадження КСВ у діяльність машинобудівних підприємств, на нашу думку, повинна складатися з двох блоків. Перший з яких охоплює процес розробки та реалізації КСВ заходу, а також інтегровану систему моніторингу проміжних та фінальних результатів, що дозволяє оперативно усувати недоліки реалізації КСВ заходів. Другий - визначає інформаційну складову КСВ діяльності машинобудівного підприємства. Даний блок передбачає вибір інструментів поширення інформації про результати соціально-відповідальної діяльності серед різних груп зацікавлених сторін. В кожному окремому випадку сукупність інструментів (універсальних чи цільових) визначається метою реалізації КСВ заходу.

Запропонована нами схема є узагальненим підходом до запровадження КСВ заходів на підприємствах машинобудівної галузі, виступаючи тим самим основою для подальших наукових досліджень, спрямованих на деталізацію структури та зв'язків між блоками, визначення додаткових об'єктів системи запровадження КСВ на машинобудівних підприємствах.

Література

1. Головнев В. Социальная ответственность бизнеса – опыт России и Запада.- М.: ООО «Деловая Россия», 2004.- 95с.
2. Котлер Ф., Ли Н. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Пер. с англ.. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005.- 302с.
3. Нефинансовые отчеты компаний, работающих в России: практика развития социальной отчетности. Аналитический обзор /Под. Общей ред. А.Н. Шохина. – РСПП, М.: РСПП, 2006. – 108 с.
4. Нижник В.М. Затрати і результати праці в транзитивній економіці (проблеми теорії та практики). – Хмельницький: Поділля, 2000. – 359 с.
5. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность —новый фактор взаимодействия бизнеса и общества.: Сб. ст., лекций и выступлений / Под общ. ред. Л.Г. Лаптева. — М.: ЗАО Финансовый издательский дом «Деловой экспресс», 2004. – 310 с., с.167-187
6. Социальная ответственность компании: практическая польза для бизнеса. Всероссийская инициатива «Социальная программа для бизнеса». - М.: Ассоциация менеджеров России, 2002. - 18 с.
7. Торопцева, А.Н. Экономический анализ системы менеджмента экологического качества промышленного предприятия : монография / А.Н. Торопцева, Б.И. Герасимов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 148 с.
8. A guide to communicating about CSR. An initiative of the European Commission Directorate-General for Enterprise. (Електронний ресурс). – Спосіб доступу: http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/documentation/download/guide_en.pdf. – Загол. з екрану.