

РОЗРОБКА СТРУКТУРНОЇ МОДЕЛІ МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розроблено структурну модель механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства, яка поєднує процесний та системний підходи до запровадження подібної практики на підприємстві.

There was developed a structural model for the mechanism of corporate social responsibility formation at the enterprises that combines process and systematic approaches to implementation of this practice at the enterprise.

Вступ. Зміни, що відбуваються в економіці України протягом років її незалежності, вимагають зміни розуміння ролі підприємства як суспільного інституту, формування нового підходу до оцінки ефективності та його результативної діяльності. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це новий підхід до діяльності підприємства, який протягом останніх 50 років набув активного поширення у Західному світі. Він базується на поєднанні інтересів підприємства та потреб різних груп зацікавлених сторін (суспільства, територіальної громади, працівників, споживачів, постачальників, акціонерів тощо) та реалізується через сфери екологічної, суспільної, трудової та економічної відповідальності підприємства.

Вагомий вклад у становлення, розвиток та дослідження регіональних особливостей соціально-відповідального підходу, визначення груп зацікавлених сторін, їх ролі у запровадженні принципів корпоративної соціальної відповідальності на підприємстві внесли вітчизняні та зарубіжні вчені, а саме: І. Акімова, Ю. Благов, Т. Бредгард, П. Друкер, Ф. Євдокімов, А. Керолл, Ф. Котлер, С. Літовченко та інші [1,2,8].

Однак, у науковій літературі не існує єдиної думки щодо базових складових концепції корпоративної соціальної відповідальності, їх ієрархічної підпорядкованості, впливу на конкурентні позиції підприємства на ринку та загальні результати діяльності підприємницьких структур. Саме тому, виникає необхідність у науковому обґрунтуванні теоретико-методологічних основ розробки механізму формування соціальної відповідальності та практичних рекомендацій щодо його впровадження в управління машинобудівними підприємствами.

Метою даної статті є розробка структурної моделі механізму формування КСВ машинобудівних підприємств, яка віддзеркалює особливості процесного та системного підходів та наглядно демонструє логічний зв'язок між окремими стадіями управлінського процесу.

Вклад основного матеріалу дослідження із обґрунтуванням отриманих результатів. Розробка та запровадження механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства є неможливим без врахування процесу прийняття управлінських рішень як «найменшої» частки системи управління, реалізація якого є неможливою без інформаційного забезпечення.

Таким чином, процес управління корпоративною соціальною відповідальністю машинобудівного підприємства зводиться до безперервного процесу обробки інформації, її подальшого аналізу з метою розробки та прийняття управлінських рішень за результатами аналізу. Як наслідок, інформація, з одного боку, виступає генератором розвитку системи управління КСВ підприємства, а з іншого, джерелом невизначеності та ризику [4, с. 36-37].

Зважаючи на виключне значення інформації як основи взаємозв'язку між елементами механізму, між формуванням КСВ та загальною системою управління підприємством, необхідно розглянути систему

управління інформаційними потоками в контексті механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства.

Зазначимо, що система управління інформаційними потоками в механізмі формування КСВ не може розглядатися відокремлено від загальної системи управління підприємством, оскільки вона пов'язана з іншими складовими загальної системи управління підприємством, а саме: виробничо-функціональною (умови виробництва, безпека технологічного процесу, забезпечення санітарно-гігієнічних вимог); організаційною (гнучкість управління, новаторство при ухваленні рішень); кадрового (кваліфікаційний рівень працівників, їх навчання та розвиток, комплексна кадрова політика, політика працевлаштування інвалідів); філософсько-культурною (корпоративна культура, репутація та імідж підприємства, етичні принципи); підсистемою взаємодії із зовнішнім середовищем (зв'язок з засобами масової інформації, рекламна компанія, співробітництво з представниками органів влади та неурядових організацій); юридично-правовою (виконання положень нормативно-правових актів, колективного договору, внутрішнього кодексу).

Звичайно, з одного боку, подібна складність та різноспрямованість зв'язків ускладнює управління інформаційним потоками в механізмі формування КСВ підприємства, однак саме достатність, вчасність, повнота та актуальність отриманої інформації дозволяють вчасно ідентифікувати проблему, прийняти виважені управлінські рішення щодо її усунення та забезпечити оперативний контроль за отриманими результатами. З цієї позиції неможливо розглядати механізм формування КСВ відірвано від інших процесів, що відбуваються на підприємстві та які виражаються через структуру системи управління. Внутрішня структура системи управління машинобудівного підприємства являє собою сукупність відносно відосблених, але взаємозалежних сфер і ланок відносин між структурними підрозділами підприємства, що відображають усі види і форми його господарської діяльності. Виділення складових елементів внутрішньої структури системи має проводитися за ознакою каналів руху інформації.

Наразі, саме відокремлення заходів у сфері КСВ від основної діяльності підприємства призводить до неможливості оцінки їх ефективності з позиції інтересів конкретного підприємства. На нашу думку, даний зв'язок повинен забезпечуватися у процесі всіх етапів роботи підприємства, протягом усього його життєвого циклу. В результаті стає можливим отримувати інформацію з різних джерел та у різному представленні (у вигляді статистичних даних, експертних оцінок, аналітичних узагальнень тощо). Лише за цих умов стає можливим подолати існуючу невизначеність та ризик отримання недостатньої та неякісної інформації.

Іншою площиною системи управління інформаційними потоками в механізмі формування КСВ підприємств виступає її зв'язок із зовнішнім середовищем, який можна схематично зобразити через поєднання внутрішньої структури, яка виражається через відносини між керуючою та керованою системами, та зовнішнього оточення, до якої відносяться вхідні та вихідні сигнали, зворотній зв'язок між ними [13, с. 173].

В результаті забезпечується безпосередній взаємозв'язок між сигналами зовнішнього середовища та діяльністю підприємства у сфері КСВ. Однак правильна інтерпретація одержаної інформації є неможливою без врахування дії об'єктивних законів [7, с. 13-15; 11, с. 66-68; 13, с. 305-326], які можна об'єднати у три групи:

1) економічні закони, а саме: закони залежності між попитом та ціною, пропозицією і ціною, пропозицією та попитом; закон зменшення дохідності, закон ефекту масштабу виробництва, закон конкуренції тощо;

2) закони організації, а саме: закони композиції (погодження) цілей, пропорційності (визначення співвідношення між частинами цілого та їх взаємозалежність), найменших (стійкість системи визначається стійкістю найуразливішого елементу), синергії, самозбереження тощо;

3) закони управління, а саме: закони визначення цілей на основі об'єктивних можливостей системи; різноманіття впливу органів управління, традицій (організаційна культура), розвитку системи внаслідок впливу керуючих органів, зворотного зв'язку тощо. За умови врахування даних законів можна правильно інтерпретувати сигнали та прийняти виважене управлінське рішення.

Як бачимо розробка механізму формування КСВ та забезпечення ефективності його діяльності передбачає вивчення та врахування значного обсягу даних, які безпосередньо не пов'язані із КСВ підприємства,

а виражають наукові напрацювання у сфері управління підприємством. Саме проведений теоретичний аналіз наукових підходів, визначення місця та ролі інформаційної складової, обґрунтування необхідності врахування об'єктивних законів дозволили розробити і запропонувати структурну модель механізму формування КСВ машинобудівного підприємства.

Механізм формування КСВ машинобудівного підприємства являє собою взаємопов'язану сукупність процесів, прийомів, методів і підходів впливу на прийняття рішень щодо визначення «критичних» точок реалізації КСВ підприємства, формування і ефективного впровадження сукупності заходів з метою досягнення кінцевих результатів – реалізації конкурентних переваг підприємства.

Таким чином структурна модель механізму формування КСВ машинобудівного підприємства включає шість блоків, що взаємодіють між собою. При цьому, взаємодія визначається як процес зв'язку між матеріальними та інформаційними ресурсами, що, впливаючи один на одного, сприяють розвиткові системи управління підприємством та визначають характер залежності між вхідними та вихідними даними [3]. Розглянемо детальніше складові блоки

Блок 1 – в основу даного блоку покладено елемент забезпечення системи управління, який включає інформаційну, методичну, ресурсну, правову складові. Повнота та вчасність отримання даних, необхідних для прийняття управлінських рішень дозволяє здійснити аналіз існуючої ситуації, визначити її «проблемні місця» та вплинути, загалом, на успішність запровадження КСВ на підприємстві. Даний блок є основою успішного формування КСВ.

Блок 2 – зважаючи на те, що у своїй діяльності підприємство взаємодіє з різними зацікавленими сторонами, потреби яких значно різняться, необхідно визначити ті з них, які відповідають інтересам (цілям діяльності) підприємства, тим самим забезпечити баланс між ними. Успішність подібної діяльності безпосередньо залежить від проведеної аналітичної роботи, яка передбачає: визначення існуючого рівня корпоративної соціальної відповідальності (що є на даний час?); аналіз ефективності запровадження заходів у даній сфері (як це вплине на досягнення мети діяльності підприємства?); прогнозування зміни рівня корпоративної соціальної відповідальності внаслідок реалізації даних заходів (що планується досягти?); управління ресурсами підприємства (скільки це коштуватиме?); обґрунтування ефективно системи управління (хто відповідатиме за реалізацію?).

Одержані результати дозволяють розробляти багатоваріантні управлінські рішення, які стосуються наступних питань: 1) чітке формулювання цілей підприємства і підпорядкованих ним цілей формування корпоративної соціальної відповідальності; 2) оцінка впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, визначення найсуттєвіших з них; 3) виявлення взаємозв'язку між факторами, визначення синергічного ефекту (позитивного та негативного) їх впливу; 4) формування напрямів та інструментів запровадження КСВ, розробка сукупності заходів; 5) порівняння наявних та необхідних для реалізації заходів ресурсів, визначення можливих партнерів та додаткових джерел надходження ресурсів; 6) забезпечення прозорості діяльності підприємства, а саме: інформаційної відкритості підприємства через налагодження відносин із зацікавленими сторонами; 7) здійснення постійного аналізу можливостей і загроз, які можуть виникати в кожному із вищезазначених напрямів, оперативне врахування отриманих даних у процесі формування КСВ на машинобудівному підприємстві; 8) формування дієвої команди, що забезпечуватиме та відповідатиме за управління формуванням КСВ.

Блок 3 – передбачає пошук та розробку альтернативних варіантів управлінських рішень, які відповідають основним принципам формування КСВ машинобудівного підприємства, що визначають його зв'язок із загальною системою управління підприємства. Варіативність рішень сприяє вирішенню наступних питань: 1) мінливості та невизначеності зовнішнього середовища; 2) складності та комплексності реалізації корпоративної соціальної відповідальності; 3) обмеженості наявних ресурсів підприємства; 4) забезпечення поступового впровадження КСВ на підприємстві. В основу варіативності покладено сукупність різних методів та інструментів, поєднання яких забезпечує розмаїття шляхів формування КСВ підприємства, ефективність яких різниться в залежності від напрямів діяльності та об'єктів впливу. Головними критеріями ефективності

управлінських рішень на даному етапі виступають їх відповідність: 1) меті діяльності підприємства; 2) цілям формування КСВ; 3) визначеному обсягу ресурсів.

Блок 4 – це логічне продовження процедури відбору ефективних управлінських рішень. Однак, на відміну від попереднього відбору, даний блок передбачає аналіз ефективності управлінських рішень за певними показниками, що дозволяє оцінити ступінь їх впливу на досягнення конкретного індикативного рівня. Зважаючи на це, ми пропонуємо оцінювати розроблені рішення за чотирма напрямками впливу, а саме: 1) вплив на екологічну відповідальність; 2) вплив на суспільну відповідальність; 3) вплив на трудову відповідальність; 4) вплив на економічну відповідальність підприємства. В результаті, всі варіанти управлінських рішень, що мають позитивний вплив, можна буде згрупувати у дві групи – спеціалізовані (впливають лише на одну складову корпоративної соціальної відповідальності) та універсальні (впливають на дві і більше складових) управлінські рішення. Вибір, які управлінські рішення (універсальні чи спеціалізовані) варто застосовувати на підприємстві залежатиме від конкретних обставин, однак, на нашу думку, перевагу слід надавати тим з них, що мають найкраще співвідношення «затрати-вигоди».

Блок 5 – прийняття рішень щодо формування КСВ підприємства та забезпечення ефективності даного процесу безпосередньо залежить від успішного впровадження блоків 1-4, які умовно можна назвати підготовчими, оскільки для своєчасності прийняття рішення безпосередньо залежить від повноти та достовірності первинних даних (елемент - забезпечення), правильності вибору сфери дії рішення (елементи – принципи, мета та завдання, напрями, методи, інструменти, заходи), кваліфікації та повноважень управлінської команди (елемент – орган управління).

Успішна реалізація управлінських рішень потребує запровадження системи внутрішнього поточного моніторингу, яка дозволяє оперативно проводити самодіагностику реалізації рішень та, у разі потреби, запроваджувати заходи, спрямовані на усунення негативних явищ. При цьому, внутрішній поточний контроль може здійснюватися, безпосередньо, працівниками підприємства (аналіз звітів, документації), або ж із залученням зацікавлених сторін (засоби соціологічного, маркетингового досліджень).

Блок 6 – оцінка результатів реалізації рішень виступає фінальним етапом контролю за ефективністю та правильністю формування КСВ підприємства. Цей блок включає систематичну оцінку, що реалізовується як на рівні підприємства, так і на рівні галузі чи регіону.

На рівні підприємства основою подібного контролю виступає рівень КСВ підприємства, який визначається через систему показників екологічної, суспільної, трудової та економічної відповідальності. Завдяки сталості складу показників виникає можливість для порівняння даних, що були одержані на початку (блок 2) та по завершенні діяльності, визначення позитивних досягнень, виявлення «критичних» точок, що збереглися. Тобто, забезпечення безперервності дії механізму, спрямованого на досягнення «ідеального» рівня КСВ машинобудівного підприємства.

На рівні галузі чи регіону, в основу оцінки покладено ідею визначення рейтингу КСВ підприємств, ефективність запровадження якого вимагає дотримання наступних умов: 1) залучення кваліфікованих спеціалістів до розробки алгоритму визначення рейтингу (науковців, спеціалістів-практиків); 2) неупередженість та об'єктивність визначення рейтингу, що досягається через залучення до даного процесу незалежних організацій – аналітичних центрів, всеукраїнських неурядових організацій (Асоціація міст України, Асоціація агенцій регіонального розвитку України тощо); 3) прозорість та зрозумілість процедури визначення рейтингу (вільний доступ до розробленого алгоритму оцінки, характеристика джерел та способів отримання інформації); 4) добровільність участі підприємства у процедурі визначення рейтингу; 5) врахування даних рейтингової оцінки підприємства органами місцевої та державної влади при наданні державних гарантій, субсидій чи преференцій підприємствам.

Рейтингова оцінка виступатиме мотиваційним стимулом для підвищення рівня КСВ окремого підприємства. Однак, крім визначення рейтингу доцільно також проводити діяльність по розробці заходів, спрямованих на підвищення загального рівня КСВ підприємств регіону чи галузі, що може бути досягнуте через запровадження практики індикативного планування, в якому основними функціями є інформування,

орієнтація та стимулювання. Основна умова ефективності подібної практики полягає у дотриманні принципу добровільності КСВ окремого підприємства, що базується на його потребах та реальних можливостях. [12].

Висновки. Проведене дослідження підтвердило складність та комплексність механізму формування КСВ підприємства, доцільність використання процесного підходу до розробки механізму формування КСВ машинобудівного підприємства, визначення його стадій та обґрунтування їх зв'язку із системними елементами механізму.

В результаті стало можливим сформувати структурну модель механізму КСВ, яка представлена у вигляді взаємопов'язаних блоків, в основу виділення яких покладено ідею про те, що будь-яка дія на підприємстві може бути виражена через процес прийняття управлінських рішень як сукупності кроків, спрямованих на розробку та вибір найкращого із можливих альтернативних варіантів вирішення конкретної проблеми.

Література

1. Акімова І. Соціальна відповідальність українського бізнесу: результати опитування / І. Акімова, А. Марцінків, О. Осінкіна. – К.: Видавнича компанія «КІТ», 2005. – 55 с.
2. Бегма Ю. К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю. К. Бегма, О. Ю. Вінніков, О. І. Редько. – К.: Факт, 2006. – 130 с.
3. Буч О. В. Процессный подход к управлению организацией: к вопросу о взаимодействии процессов / О. В. Буч // Вестник Мурманского государственного технического университета. – 2006. – Т. 9, № 4. – С. 580–585.
4. Вітлінський В. В. Моделювання економіки / В. В. Вітлінський. – К.: КНЕУ, 2003. – 408 с.
5. Економічна енциклопедія. У 3-х томах. Т.2 / С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848 с.
6. Карпенко Н. М. Механізм управління конкурентоспроможністю підприємств / Н. М. Карпенко // Держава та регіони, 2007. – № 1. – С. 137–139.
7. Колпаков В. М. Теория и практика принятия управленческих решений / В. М. Колпаков. – К.: МАУП, 2004. – 504 с.
8. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка / заг. ред. О. Лазаренко. – К.: Стило, 2007. – 152 с.
9. Ламбен Жан-Жак Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Жан-Жак Ламбен; пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.
10. Нейкова Л. І. Механізм управління підприємством / Л. І. Нейкова // Фінанси України. – 2003. - № 6. – С. 139–141.
11. Отенко І.П. Управління конкурентними перевагами підприємства. Наукове видання / І.П. Отенко, Є.О. Полтавська. –Харків: вид. ХНЕУ, 2005. – 212 с.
12. Тимошук М. Індикативне планування: зарубіжний досвід та перспективи застосування в Україні / М. Тимошук // Регіональна економіка. – 2005. – №3. – С. 230–236.
13. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.