

УДК 330

DOI: 10.31891/2307-5740-2018-262-5(1)-312-315

ЧЕРЕП О. Г.,

УРУСОВА З. П.

Запорізький національний університет

## РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено взаємозв'язок соціальної відповідальності та інноваційної стратегії. Проаналізовано інноваційний розвиток України за 2015–2017 роки та визначено їх вплив на конкурентоспроможність економіки України із використанням показників індексу глобальної конкурентоспроможності. Продemonстровано місце України серед інших країн світу за інноваційним потенціалом. Доведено доцільність та необхідність створення надійної та ефективної системи корпоративної соціальної відповідальності. Представлено визначення корпоративної соціальної відповідальності як цілісної безлічі зобов'язань, які приймають на себе в добровільному порядку компанії, у сфері захисту інтересів суспільства і його подальшого розвитку. Запропоновано послідовність проходження етапів розробки стратегії корпоративної соціальної відповідальності. Зазначено, що першочергова роль традиційно відводиться аналітичному опрацюванню, яке припускає необхідність аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища компанії. На основі проведеного аналізу визначаються довго- і середньострокові цілі в області корпоративної соціальної відповідальності, а також розробляються альтернативні цільові програми. Після цього пропонується здійснити оцінку і вибір оптимальної стратегії розвитку КСВ, а також оформлення вибраної стратегії соціальної відповідальності бізнесу у документальній формі. По завершенню формалізації стратегії починається реалізація заходів, які входять в затверджені стратегією цільові програми КСВ; паралельно проводиться постійний моніторинг і оцінка результатів реалізації стратегії. В якості удосконалення авторами запропоновано послідовність етапів формування стратегії соціальної відповідальності підприємства на основі інноваційного розвитку. Вбудовування КСВ у бізнес-стратегію підприємства повинно створювати умови для використання ним корпоративних соціальних можливостей, до яких можна віднести такі переваги, як інновації в продуктах і послугах, обслуговування неохочених ринків, створення нових моделей бізнесу тощо.

Ключові слова: соціальна відповідальність, інноваційна стратегія, інноваційний розвиток.

CHEREP O.,

URUSOVA Z.

Zaporizhzhia National University

## DEVELOPING STRATEGY OF SOCIAL RESPONSIBILITY ON THE CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES

The relationship between social responsibility and innovation strategy is explored. The innovative development of Ukraine for 2015–2017 years is analysed and their influence on the competitiveness of Ukraine's economy with the use of indexes of global competitiveness is determined. The place of Ukraine among other countries on the innovative potential has been demonstrated. The expediency and necessity of creating a reliable and effective system of corporate social responsibility is proved. The definition of corporate social responsibility, as an integral set of commitments undertaken by the company voluntarily in the sphere of protection of the interests of society and its further development, is presented. The sequence of stages passing of strategy's development of corporate social responsibility is offered. The sequence of passing of stages of development of strategy of corporate social responsibility is allocated. It is noted that the priority role is traditionally given to analytical study, which involves the need to analyze the external and internal environment of the company. Based on the analysis, long- and medium-term objectives of corporate social responsibility are identified and alternative target programs are developed. After that, it is proposed to evaluate and select the optimal strategy for CSR development, as well as the execution of the selected strategy of corporate social responsibility in a documentary form. Upon completion of the strategy formalization, the implementation of measures that are part of the CSR target programs begins; simultaneously ongoing monitoring and evaluation of the strategy implementation's results is conducted. As an improvement, the authors proposed a sequence of stages of formation of the strategy of corporate social responsibility on the basis of innovation development. Embedding CSR into the company's business strategy should create the conditions for using it with corporate social opportunities, which can include the following benefits: innovation in products and services, maintenance of uncovered markets, creation of new business models, etc.

Keywords: social responsibility, innovative strategy, innovative development.

**Постановка проблеми.** На сьогодні розвиток ринкових відносин пов'язаний з рядом економічних проблем і зростанням рівня конкуренції між компаніями, а також зі збільшенням ролі споживачів. На цьому фоні підприємствам потрібно шукати нові способи ефективного взаємодії з різними учасниками ринку. Необхідною умовою довгострокового існування українських компаній стає розуміння залежності фінансових показників підприємств від якості створюваного іміджу компанії в очах інвесторів, керівників і споживачів. Найважливішою конкурентною перевагою підприємства стає формування його стратегії розвитку, орієнтованої на задоволення соціальних потреб зовнішнього і внутрішнього середовища.

Не зважаючи на те, що в закордонній і вітчизняній науковій літературі з'являються нові наукові дослідження з питань впровадження соціальної відповідальності на підприємствах, доцільно відзначити, що наукові праці щодо її інноваційної концепції та єдиного механізму розробки стратегії впровадження її в практику вітчизняного бізнесу не знайшли достатньої уваги в наукових розробках, що обумовило актуальність та проблематику дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні та методологічні аспекти впливу соціальної відповідальності підприємств розглядали в своїх роботах достатньо багато вітчизняних та зарубіжних науковців. Класичні теорії, в яких розкривається сутність та методи переведення зовнішніх негативних ефектів, створюваних підприємствами для суспільства, у внутрішні ефекти (інтерналізація зовнішніх ефектів), розробили такі науковці: І. Ансофф [1], О. Балацький [2], О. Веклич [3], Е. Гирусов [5], К. Гофман [6], Л. Гринів [7], О.Ф. Мельник [2], А.Ф. Яковлев [2]. Вчені у своїх роботах досліджували економічні механізми зменшення екологічних наслідків впливу негативних екстерналій функціонування промислових підприємств. Соціальний вплив інноваційної діяльності розглядали Б. А. Маліцький [8], О.С. Попович [8], В.П. Соловйов [8].

**Метою статті** є обґрунтування теоретичних та методичних положень, щодо реалізації стратегії соціально-відповідального інвестування підприємств з урахуванням інноваційного розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** Для розвитку цивілізованих суспільних відносин важливим є формування паритету інтересів бізнесу, держави та суспільства. Важливим інструментарієм побудови партнерських відносин у вирішенні нагальних питань слугує механізм соціальної відповідальності.

Починаючи з 2006 р. в Україні функціонує національна мережа компаній та організацій, які задекларували себе учасниками Глобального договору ООН, принципи якого торкаються дотримання прав людини, трудових відносин, протидії корупції, корпоративної етики тощо.

У 2015–2016 рр. у GCI-рейтингу Україна зайняла 79-е місце, що на три пункти гірше попереднього року, але найкращі позиції України спостерігаються саме у блоці «Інноваційний потенціал»: наявність наукових і інженерних кадрів (29-е місце), якість науково-дослідних установ (43-є), кількість патентів на винаходи (50-є). Крім того, пов'язаний з інноваційним блоком освітній блок також є лідируючим для України, зокрема щодо отримання вищої освіти і професійної підготовки ми займаємо 34-е місце [12, с. 5–14].

Таблиця 1

Рейтинг України за показниками інноваційних складових GCI серед інших країн світу

Інновації та фактори вдосконалення	2014-2015 (144 країни)	2015-2016 (140 країн)	2016-2017 (138 країн)	2017-2018 (137 країн)
ВІДПОВІДНІСТЬ БІЗНЕСУ СУЧАСНИМ ВИМОГАМ	99	91	98	90
Чисельність місцевих постачальників	80	61	62	63
Якість місцевих постачальників	83	80	79	67
Стан розвитку кластерів	128	124	125	108
Ширина ланцюга створення вартості	79	70	97	94
Управління міжнародним розповсюдженням	82	86	91	95
Модернізація виробничого процесу	95	68	71	72
Межі маркетингу	79	81	80	74
ІННОВАЦІЇ	81	54	52	61
Здатність до інновацій	82	52	49	51
Якість науково-дослідних інститутів	67	43	50	60
Витрати компаній на дослідження і розробки	66	54	68	76
Співпраця університетів та промисловості у дослідженнях та розробці	74	74	57	73
Державні закупівлі високотехнологічної продукції	123	98	82	96
Наявність вчених та інженерів	48	29	29	25

Розроблено за джерелом [12, с. 5–8]

Тим не менш, на сьогодні в інноваційній сфері економіка України значно відстала (до 40 років) від провідних технологічних країн світу таких, як США, Японія, Південна Корея [11, с. 116–118]. Тому вважаємо, що прискорений випереджаючий інноваційний розвиток українських підприємств повинен стати відповідальним пріоритетом державної промислової, науково-технічної та інвестиційної політики.

Створення надійної та ефективної системи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) дозволить компаніям не тільки внести позитивний внесок у соціальне благополуччя та екологічну стійкість, але й сприятиме підвищенню продуктивності та стійкості бізнесу. Найбільш значний ефект від впровадження КСВ відображається на зростанні нематеріальних активів, репутації та укріпленні бренду.

Згідно з теорією мотивації А. Маслоу [10], вирішення соціальних проблем індивіда, підвищення його соціального статусу є передумовою задоволення потреби індивіда у повазі з боку колективу та суспільства, що в подальшому дозволяє перейти до задоволення потреби до самовираження (через творчу та інноваційну активність).

Таким чином, перехід до інноваційної стратегії та підвищення інноваційної активності є можливими лише в разі імплементації у стратегію стабілізації економічно доступних елементів соціалізації праці. Актуальним для вітчизняної економіки є завдання соціалізації праці з урахуванням специфіки стратегій стабілізації та інноваційного зростання.

Стратегія – це визначення напрямку та масштабів діяльності організації в довгостроковій

перспективі. Вона ідеально визначає ресурси, які відповідають умовам середовища, що змінюється, особливо ринкові, клієнтам, споживачам з метою задоволення очікувань власників підприємства [4, с. 54].

У сучасному світі під корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) прийнято розуміти цілісну безліч зобов'язань, які приймають на себе в добровільному порядку компанії у сфері захисту інтересів суспільства і його подальшого розвитку.

Формування стратегії КСВ розробляється з урахуванням цілеспрямованого встановлення і розвитку взаємовідносин з основними групами зацікавлених сторін. Сама по собі розробка стратегії КСВ припускає необхідність послідовного проходження ряду етапів, основними з яких вважаються:

- проведення аналітичного дослідження;
- визначення стратегічних альтернатив розвитку;
- оцінка і вибір оптимальної стратегії розвитку КСВ;
- оформлення вибраної стратегії соціальної відповідальності бізнесу у документальній формі;
- реалізація заходів, які входять в затверджені стратегією цільові програми КСВ;
- моніторинг і оцінка результатів реалізації стратегії.

Першочергова роль, зазвичай, відводиться аналітичному опрацюванню, яке має на увазі потребу аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств. На підставі даних виконаного аналізу будуються довго- і середньострокові цілі в області КСВ, а ще розробляються інші мотивовані програми. Розроблені можливі сценарії становлення піддаються критичній оцінці, на базі якої і відбувається вибір кращої стратегії становлення КСВ. Далі підібрана стратегія оформлюється документально, отримує своє відображення в належних локальних актах.

В Україні на сьогодні в умовах кризи необхідно при розробці стратегії соціальної відповідальності на засадах інноваційного розвитку підприємств враховувати як внутрішню так і зовнішню нестабільність середовища. Ступінь нестабільності зовнішнього середовища впливає на вибір виду стратегічного управління. І. Ансофф виділяє наступні види стратегічного управління, які використовуються залежно від ступеня нестабільності зовнішнього середовища:

управління на основі екстраполяції (довгострокове планування), що застосовується в умовах порівняно невисокого ступеню нестабільності;

управління на основі передбачення змін (стратегічне планування, вибір стратегічних позицій), що застосовується при середніх значеннях ступеня нестабільності;

управління на основі гнучких експертних рішень (ранжування стратегічних завдань; управління по слабким сигналам; управління в умовах стратегічних несподіванок), що застосовуються для умов істотної нестабільності зовнішнього середовища [1].

Для визначення системи цілей соціальної відповідальності бізнесу (СВБ), доцільно скористатися «деревом цілей» (рис. 1).

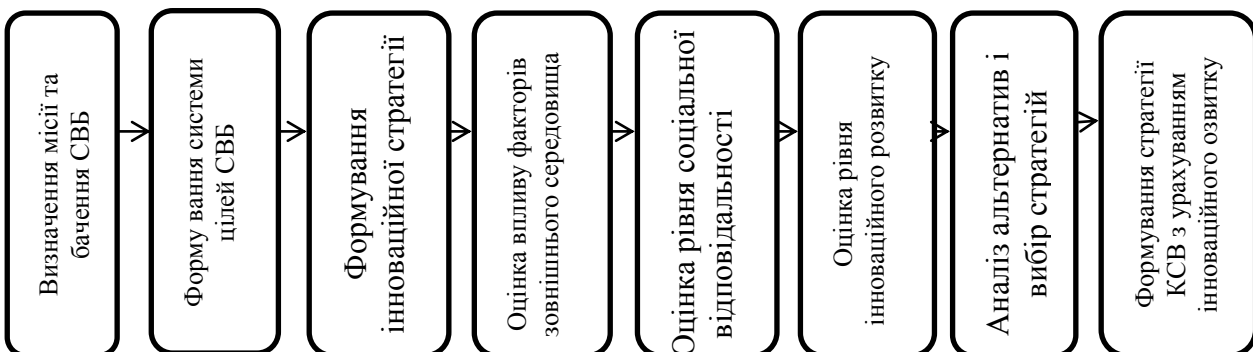


Рис. 1. Послідовність етапів формування стратегії соціальної відповідальності підприємств на основі інноваційного розвитку

На думку Клейнера Г., існує чотири етапи формування стратегії підприємства:

1. Аналіз нестабільності зовнішнього середовища підприємства та вибір такого виду стратегічного управління, що найбільш придатне для прогнозованого рівня нестабільності в перспективі.

2. Аналіз досягнутого рівня конкурентного статусу підприємства та виявлення локальних стратегічних цілей, досягнення яких забезпечить її конкурентну перевагу.

3. Вибір найефективніших засобів досягнення стратегічних цілей за рахунок посилення стратегічного потенціалу підприємства і використання сприятливих умов.

4. Опрацювання та реалізація стратегічної програми технічного і соціального розвитку підприємства на планову перспективу, коригування її з урахуванням аналізу «зворотних зв'язків» [9, с. 15–22].

Відповідно до мети першого рівня є спрямованість на забезпечення потреб суб'єктів СВБ, серед яких персонал підприємства, споживачі, місцеві органи влади, суспільство, бізнес-партнери. Цілі другого рівня розкривають напрямки реалізації СВБ для кожної з цілей першого рівня. Цілі третього рівня формують конкретні заходи по реалізації кожної з окремих цілей СВБ другого рівня. Слід зазначити, що

«дерево цілей» СББ може бути доповнено цілями четвертого рівня, які будуть визначати конкретні соціальні програми соціальної відповідальності підприємства.

Соціальна стратегія є складовою функціональної стратегії діяльності підприємства, включаючи і стратегію інноваційного розвитку, тому саме вона повинна забезпечувати перебіг подій та розвитку організації. Ми вважаємо, що на сьогодні формування цілей досягнення економічної стратегії базується на зацікавленості всіх учасників процесу з розробки та реалізації стратегічних програм. Соціальна стратегія інноваційного розвитку повинна базуватися на корпоративній відповідальності, забезпеченні високої ефективності, інноваційної активності конкурентоспроможності підприємства та формувати достатні його доходи.

**Висновки.** Необхідно прагнути до того, щоб взаємозумовленість інноваційної діяльності та соціальної відповідальності як антикризових засад суб'єктів господарювання, соціально-відповідальна організаційна інновація – технологічні та товарні інновації – організаційний інноваційний розвиток та прийняття українськими підприємствами відповідальності за власну інноваційну активність дозволили отримати синергетичний ефект у вигляді покращання іміджу і зміцнення репутації українських підприємств, формування позитивного сприйняття бренду. Вбудовування КСВ у бізнес-стратегію підприємства повинно створювати умови для використання ним корпоративних соціальних можливостей, до яких можна віднести такі переваги, як інновації в продуктах і послугах, обслуговування неохоплених ринків, створення нових моделей бізнесу тощо.

### Література

1. Ансофф І. Стратегическое управление / Ансофф І. ; [пер. с англ.]. – М. : Экономика, 2010. – 519 с.
2. Балацкий О. Ф. Экономика и качество окружающей среды / Балацкий О. Ф., Мельник О. Ф., Яковлев А. Ф. – Л. : Гидрометеоиздат, 1984. – 190 с.
3. Веклич О. А. Эколого-экономические противоречия / Веклич О. А. – К. : Наукова думка, 1991. – 144 с.
4. Виханский О. С. Стратегическое управление : [учебник] / Виханский О. С. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2002. – 296 с.
5. Гирусов С. В. Экология и экономика природопользования : [учеб. для вузов] / Гирусов С. В. – М. : Закон и право: ЮНИТИ, 1998. – 176 с.
6. Гофман К. Г. Экономический механизм природопользования в условиях перехода к рыночной экономике / К. Г. Гофман // Экономика и математические методы. – 1991. – Т. 27. Вып. 2. – С. 315–321.
7. Гринів Л. Розвиток новітньої макроекономічної теорії: проблеми та моделі / Л. Гринів // Вісник Львівського університету. Серія економічна. – Львів, 2008. – Вип. 40. – С. 11–18.
8. Маліцький Б. А. Перспективні напрями науково-технологічного та інноваційного розвитку України / Маліцький Б. А., Попович О. С., Соловійов В. П. – К. : Фенікс, 2006. – 208 с.
9. Клейнер Г. Стратегічний менеджмент: актуальные проблемы и новые направления / Г. Клейнер // Проблемы теории и практики управления. – 2009. – № 1. – С. 15–22.
10. Маслоу А. Мотивация и личность / Маслоу А. ; пер. с англ. А. Татлыбаевой ; термин. правка В. Данченка. – 3-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 350 с.
11. Сорін Б. В. Необхідність випереджаючого інноваційного розвитку українських підприємств / Б. В. Сорін // Пріоритети нової економіки знань в ХХІ сторіччі : матеріали VI МНПК (Дніпропетровськ, 24–25 грудня 2015 р.). – Дніпропетровськ : ДВНЗ ПДАБА, 2015. – С. 116–118.
12. Ed. K. Schwab The Global Competitiveness Report 2014–2018. Geneva World Economic Forum. 2018. 385 p.

### References

1. Ansoff I. Strategicheskoe upravlenie / Ansoff I. ; [per. s angl.]. – M. : Jekonomika, 2010. – 519 s.
2. Balackij O. F. Jekonomika i kachestvo okruzhajushhej sredy / Balackij O. F., Mel'nik O. F., Jakovlev A. F. – L. : Gidrometeoizdat, 1984. – 190 s.
3. Veklich O. A. Jekologo-jekonomicheskie protivorechija / Veklich O. A. – K. : Naukova dumka, 1991. – 144 s.
4. Vihanskij O. S. Strategicheskoe upravlenie : [uchebnik] / Vihanskij O. S. – 2-e izd., pererab. i dop. – M. : Gardariki, 2002. – 296 s.
5. Girusov S. V. Jekologija i jekonomika prirodopol'zovanija : [ucheb. dlja vuzov] / Girusov S. V. – M. : Zakon i pravo: JuNITI, 1998. – 176 s.
6. Gofman K. G. Jekonomicheskij mehanizm prirodopol'zovanija v uslovijah perehoda k rynochnoj jekonomike / K. G. Gofman // Jekonomika i matematicheskie metody. – 1991. – T. 27. Vyp. 2. – S. 315–321.
7. Hryniv L. Rozvytok novitnoi makroekonomichnoi teorii: problemy ta modeli / L. Hryniv // Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiia ekonomichna. – Lviv, 2008. – Vyp. 40. – S. 11–18.
8. Malitskyi B. A. Perspektyvni napriamy naukovo-tehnolohichnoho ta innovatsiinoho rozvytku Ukrainy / Malitskyi B. A., Popovych O. S., Soloviov V. P. – K. : Feniks, 2006. – 208 s.
9. Kleiner H. Stratehichnyi menedzhment: aktualnye problemy y novye napravleniya / H. Kleiner // Problemy teoryy y praktyky upravleniya. – 2009. – № 1. – S. 15–22.
10. Maslou A. Motivacija i lichnost' / Maslou A. ; per. s angl. A. Tatlybaevoy ; termin. pravka V. Danchenka. – 3-e izd. – Sankt-Peterburg : Piter, 2008. – 350 s.
11. Sorin B. V. Neobkhidnist vyperedzhaiuchoho innovatsiinoho rozvytku ukrainskykh pidpriemstv / B. V. Sorin // Priorytety novoi ekonomiky znan v KhKhI storichchi : materialy VI MNPK (Dnipropetrovsk, 24–25 hrudnia 2015 r.). – Dnipropetrovsk : DVNZ PDABA, 2015. – S. 116–118.
12. Ed. K. Schwab The Global Competitiveness Report 2014–2018. Geneva World Economic Forum. 2018. 385 r.

Рецензія/Peerreview : 28.09.2018      Надрукована/Printed : 30.10.2018

Рецензент: д. е. н., проф. Войнаренко М. П.