

# ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА ТА ПОЛІТИКА

УДК 005.35 : 658

## СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

**О.О. Затейщикова, кандидат економічних наук.**  
**Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця.**

© Затейщикова, О.О., 2014.

Стаття отримана редакцією 26.03.2014 р.

**Вступ.** У процесі впливу глобалізації економіки, зменшення її державного регулювання, а також зміни системи цінностей зростає роль і значення бізнесу в розв'язанні завдань соціальної підтримки верств населення, рівень та якість життя яких є низькими і не можуть бути названі гідними відповідно до сучасних соціальних стандартів. Тому формування й розвиток соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) стають усе більш актуальною і гострою проблемою.

**Огляд останніх джерел досліджень і публікацій.** Серед зарубіжних досліджень, спеціально присвячених проблемі соціально відповідального підприємництва, слід особливо виділити фундаментальні роботи Х. Боуена, Е. Карнегі, А. Керролла; тема корпоративної соціальної відповідальності розглядається також у виданнях, присвячених проблемі соціального менеджменту (М. Мескон, П. Друкер) [4, 6, 8, 9, 10].

Серед вітчизняних авторів – дослідників теорії та практики соціального розвитку й соціальної відповідальності, питань корпоративної етики слід назвати Н.А. Волгіна, П.Я. Калиту, Ю. Благова, А.І. Рофе, Е.Е. Демидова, М.І. Ніколаєву [1, 2, 3, 5, 7].

Однак, незважаючи на підвищення інтересу до питань соціальної відповідальності, в аналізованих роботах не подано комплексного вивчення термінів і понять СВБ.

Так, у роботі П.Я. Калити досліджено природу СВБ, аспекти класифікації соціальної спрямованості [5]. Е.Е. Демидов та М.І. Ніколаєва присвячують свої дослідження практичному застосуванню СВБ для вітчизняних підприємств, вивчають природу взаємодії підприємства і стейкхолдерів [3].

**Постановка завдання.** Метою статті є вивчення сутності та основних етапів впровадження СВБ на підприємстві.

Завдання полягають у систематизації й уточненні поняття СВБ, формуванні категоріального апарату та етапів упровадження СВБ.

**Основний матеріал і результати.** Категоріальний апарат СВБ, на думку автора, повинен включати вивчення таких понять: відповідальність, складові соціальної відповідальності, сутність соціальної відповідальності бізнесу, суб'єкти, об'єкти, рівні соціальної відповідальності, соціальна звітність.

Відповідно до тлумачного словника, відповідальність – зобов'язання звітувати відносно своїх дій, прийняти на себе провину за можливі їх наслідки.

Соціальна відповідальність настає в результаті ігнорування або недостатньої уваги суб'єктів бізнесу до вимог і запитів суспільства та проявляється в уповільненні відтворення трудових ресурсів на територіях, які є ресурсною базою для певного виду бізнесу.

СВБ за аналогією до запропонованої А. Керролл корпоративної соціальної відповідальності включає такі складові, як: економічна, правова, екологічна, культурно-етична та філантропічна [9].

Базовою складовою є економічна відповідальність, що дозволяє задовольняти потреби не тільки потенційних споживачів, але й у цілому стейкхолдерів (найманих працівників, акціонерів, органів влади, покупців) як зовнішніх, так і внутрішніх.

Правова відповідальність має бути націлена на чітке дотримання правового поля тієї території, на ринках якої діє компанія. Не менш важливий аспект цієї діяльності – відмова від зміни правового поля лише у власних інтересах. Вона включає також чітке дотримання правових норм і договірних зобов'язань соціального характеру перед стейкхолдерами, громадськими об'єднаннями найманих працівників, роботодавців, споживачів та благодійних організацій.

Екологічна відповідальність націлена на формування таких стандартів соціальної відповідальності, які б поєднували гармонійне співвідношення вимог споживачів і суспільства з раціональним використанням природних ресурсів та конкурентними способами господарської діяльності, ефективне управління охороною навколишнього середовища і здоров'я населення з випуском екологічно безпечної продукції.

Культурно-етична відповідальність вимагає від підприємців не тільки дотримання на відповідній території культурних та етичних традицій, а й відмови від дій, які суперечать існуючим нормам моралі.

Філантропічна відповідальність має бути спрямована на підтримку і розвиток суспільства та його окремих маржинальних груп через добровільну участь у реалізації соціальних програм, у тому числі шляхом соціальних інвестицій. Рівень філантропічної відповідальності залежить від сформованих очікувань суспільства, зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів, фінансового стану компаній, існуючих етичних норм соціальної відповідальності, прагматичної складової ведення бізнесу.

Аналізуючи літературні джерела, присвячені питанням соціальної відповідальності, можна прийти до висновку про наявність безлічі визначень цього поняття. Основні з них наведено в табл. 1.

**Таблиця 1. Існуючі визначення соціальної відповідальності бізнесу**

Автор	Сутність
Міжнародна організація «Бізнес для соціальної відповідальності» [11]	досягнення комерційного успіху шляхом дотримання етичних принципів та поваги у людей, суспільства, збереження навколишнього середовища
«Міжнародний форум бізнес-лідерів» [11]	просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу і суспільству та сприяють соціальному, економічному й екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство та мінімізації негативного
«Світова рада бізнесу для стійкого розвитку» [11]	зобов'язання бізнесу робити внесок у стійкий, економічний розвиток, трудові відносини з працівниками, їх сім'ями, місцевим співтовариством і суспільством у цілому для поліпшення їх якості життя
«Центр системних бізнес-технологій «SATIO» [11]	це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, який пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю компанії і виходить за рамки визначеного законом мінімуму

**Продовження таблиці 1**

М. Мескон, Ф. Хедоурі, М. Альберт [6]	передбачає певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми з боку організації
П.Я. Калита [5]	вплив бізнесу на суспільство, відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого безпосередньо чи опосередковано ці рішення впливають
Ю. Благов [1]	відповідальність суб'єктів бізнесу за дотримання норм і правил, неявно визначених або невизначених законодавством, що впливають на якість життя окремих соціальних груп і суспільства в цілому
Стандарт CSR/КСО–2008 [3]	зобов'язання організації, що враховують прийняту нею відповідальність за розв'язання соціальних проблем свого персоналу, місцевого населення і суспільства в цілому

Таким чином, якщо узагальнити визначення СВБ міжнародних організацій, стандартів різних авторів, можна дати таке визначення соціальної відповідальності бізнесу – це добровільні внески підприємства, які виходять за рамки зобов'язань, запропонованих законодавством і впливають на якість життя персоналу, окремих соціальних груп та суспільства в цілому.

Соціальна відповідальність може бути визначена через характеристики об'єктів, суб'єктів і соціальної активності.

Об'єктами СВБ є: споживачі продукції та послуг; співробітники компанії; співробітники суміжних організацій; інші громадяни, які потребують особливої уваги з боку суспільства: діти; інваліди; вагітні жінки; пенсіонери; студенти тощо. Крім того, до об'єктів, на які можуть бути спрямовані дії по соціальному забезпеченню людей, що відносяться до середовища, в якому ці люди живуть, і галузі їх соціального забезпечення: екологія, освіта, наука, культура, охорона здоров'я тощо.

До суб'єктів СВБ належать: суб'єкти підприємницької діяльності (фізичні та юридичні особи); органи виконавчої влади та місцевого самоврядування; спеціалізовані благодійні фонди тощо. Поняття «соціальна відповідальність бізнесу» не поширюється на діяльність як державних структур, так і благодійних фондів, тому що ні перші, ні другі не відносяться до бізнесу. Інша справа, що благодійні фонди можуть оцінювати й інформувати суспільство щодо сприяння їх роботі з боку ділових організацій. Те, наскільки підприємство взаємодіє з об'єктами соціальної відповідальності, відображає рівень його соціальної активності.

Соціальна активність виражається у проведенні різноманітних соціальних програм як внутрішньої, так і зовнішньої спрямованості. Відмінними рисами програм соціальної активності є добровільність їх проведення, системний характер та пов'язаність з місією і стратегією розвитку компанії.

Характеристиками соціальної активності є комплексність, системність, систематичність, тривалість, вагомість. При оцінюванні важливо враховувати, чим керується підприємство, виконуючи соціально спрямовану діяльність: нормами, які мають обов'язковий статус (наприклад, параметри безпеки), необов'язково нормами (наприклад, положення стандартів) або власною ініціативою.

Соціальний звіт – публічний інструмент інформування акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своїх стратегічних планах розвитку цілі щодо економічної стійкості, соціального благополуччя та екологічної стабільності [5].

Соціальна відповідальність бізнесу носить багаторівневий характер та на рівні окремої компанії проходить декілька етапів впровадження.

В економічній літературі розглядаються три рівні СВБ [1, 3], однак сутність кожного з них і їх взаємозв'язок з етапами впровадження та показниками оцінки СВБ не наведено.

Ефективність системи соціальної відповідальності на підприємстві залежить від послідовності етапів її впровадження. Тому запропоновано такі етапи впровадження СВБ: 1) дотримання законодавства; 2) надання нових робочих місць; 3) призначення відповідальної особи або створення підрозділу СВБ; 4) розроблення документації; 5) реалізація соціальних

програм внутрішньої спрямованості; 6) розроблення стратегії СББ; 7) розроблення та реалізація планів і програм зовнішньої спрямованості.

Від того, наскільки повно реалізовано кожний з виділених етапів, залежить, на якому рівні знаходиться соціальна відповідальність конкретного підприємства. Тому, згідно з кожним рівнем та етапом впровадження СББ, запропоновано показники оцінки.

У табл. 2. наведено взаємозв'язок рівнів, етапів упровадження СББ та показників її оцінки на підприємстві.

**Таблиця 2. Взаємозв'язок рівнів, етапів упровадження та показників оцінки СББ**

Рівень СББ	Етапи впровадження СББ	Показники оцінки СББ
1	2	3
Нижній	1. Дотримання законодавства щодо: 1.1. своєчасної виплати податків; заробітної плати; 1.2. виконання обов'язків, закріплених у трудовому договорі; 1.3. боротьби з корупцією. 2. Надання нових робочих місць.	Середньомісячна заробітна плата в динаміці; заборгованість по заробітній платі; недоїмка за податковими та іншими обов'язковими платежами; рівень якості продукції процент бракованої продукції в загальному обсязі її випуску); частка корупційних витрат у загальних витратах підприємства; повнота виконання обов'язків, закріплених у трудовому договорі (кількість випадків у процентному співвідношенні).
Середній	3. Призначення відповідальної особи або створення підрозділу СББ. 4. Розробка документації: 4.1. нефінансового звіту підприємства; 4.2. стандартів соціального та етичного менеджменту якості з використанням міжнародних стандартів SA 8000, ISO 26000. 5. Реалізація соціальних програм внутрішньої спрямованості.	Наявність відповідальної особи або підрозділу СББ; наявність відповідної документації; витрати на соціальні програми внутрішньої спрямованості (охорона здоров'я та підтримання здорового способу життя персоналу; соціальна підтримка сім'ї та пільги працівникам; допомога щодо забезпечення працівників житлом; витрати на підготовку кадрів і роботу з персоналом тощо).
Вищий	6. Розроблення стратегії СББ. 7. Розроблення та реалізація планів і програм зовнішньої спрямованості, що враховують: 7.1. доброчинність, меценатство та спонсорство; 7.2. природоохоронну діяльність і ресурсозбереження; 7.3. сумлінна ділова практика по відношенню до бізнес-партнерів.	Наявність документально оформленої стратегії СББ; рівень виконання планів та програм зовнішньої спрямованості СББ; витрати на соціальні програми зовнішньої спрямованості; витрати підприємства на соціальні питання понад норми, встановлені законодавством.

На жаль, більшість українських компаній знаходиться на нижчому рівні та на першому етапі виконання нормативно-правових норм, визначених законодавством країни, в якій вони здійснюють свою діяльність. Жорсткість вимог законодавства часто визначає небажання компаній продумувати власну соціальну відповідальність. Здійснення доброчинної діяльності, реалізація соціальних програм також має місце. Так, в Україні працює Форум доброчинців. Однак здійснення заходів підприємствами носить скоріше стихійний характер, відбувається одноразово та не системно.

Відомості щодо наведених вище рівнів соціальної відповідальності конкретного підприємства можна отримати із соціального звіту, який, на жаль, для вітчизняних підприємств не є офіційною формою звітності.

**Висновки.** Отже, на основі узагальнення існуючих визначень уточнена сутність СББ, котра полягає в тому, що це добровільні внески підприємства, які виходять за рамки зобов'язань, запропонованих законодавством, і впливають на якість життя персоналу, окремих соціальних груп та суспільства в цілому. Використання запропонованого взаємозв'язку між рівнями, основними етапами впровадження та показниками СББ допоможе здійснювати адекватну її оцінку на українських підприємствах. Перспективами подальших розвідок є вивчення та розробка програм соціальної відповідальності на підприємствах.

*ЛИТЕРАТУРА:*

1. Благов, Ю. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Благов // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Вып. 2. – 2006. – С.3 – 24.
2. Волгин, Н.А. Государственная и муниципальная социальная политика / Н.А. Волгин. – М.: КноРус, 2011. – 345 с.
3. Демидов, Е.Е.. Корпоративная социальная ответственность : сообразим на троих / Е.Е. Демидов, М.И. Николаева // Корпоративный менеджмент. – 2010. – [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.cfin.ru/anticrisis/macroeconomics/government\\_program/csr.shtml](http://www.cfin.ru/anticrisis/macroeconomics/government_program/csr.shtml).
4. Друкер, П. Эффективное управление / П. Друкер. пер. с англ. М. Котельниковой. – М.: Астрель, 2004. – 284 с.
5. Калита П.Я. Соціально спрямований бізнес. – 2010. [Електронний ресурс] Режим доступу: [www.ksovok.com/doc/kalita\\_aspekty\\_kso.doc](http://www.ksovok.com/doc/kalita_aspekty_kso.doc).
6. Мескон, М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1997. – 704 с.
7. Рофе, А.И. Экономика труда / А.И. Рофе. – М.: КноРус, 2010. – 400 с.
8. Andrew Carnegie, *The Gospel of Wealth* (Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1900; republished 1962).
9. Carroll, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. – 1999. – № 38 (3). – P. 268 – 295.
10. Howard R. Bowen, *Social Responsibilities of the Businessman* (New York: Harper & Row, 1953).
11. International organization of social responsibility <http://www.springer.com/social+sciences/journal/11558>.

УДК 005.35: 658

**Затейщикова Ольга Александрівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці. Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця. **Сутність та основні етапи впровадження соціальної відповідальності на підприємстві**. Присвячено уточненню сутності та визначення основних категорій та етапів впровадження соціальної відповідальності бізнесу. Запропоновано взаємозв'язок рівнів, етапів впровадження та показників оцінки соціальної відповідальності на підприємстві.

**Ключові слова:** відповідальність, соціальна відповідальність, рівні та етапи соціальної відповідальності, показники оцінки соціальної відповідальності, соціальний звіт, об'єкти, суб'єкти соціальної відповідальності.

УДК 005.35: 658

**Затейщикова Ольга Александровна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда. Харьковский национальный экономический университет имени Семена Кузнеця. **Сущность и основные этапы внедрения социальной ответственности на предприятии**. Посвящено уточнению сущности и определения основных категорий и этапов внедрения социальной ответственности бизнеса. Предложено взаимосвязь уровней, этапов внедрения и показателей оценки социальной ответственности на предприятии.

**Ключевые слова:** ответственность, социальная ответственность, уровни и этапы социальной ответственности, показатели оценки социальной ответственности, социальный отчет, объекты, субъекты социальной ответственности.

UDC 005.35: 658

**Olga O. Zateyshchikova**, Associate Professor, Personnel Management and Labour Economics Department, Kharkiv Semen Kuznets National Economics University. **The essence and the main stages of social responsibility implementation at the enterprise**. The article is dedicated to clarifying the nature and definition of the main categories and stages of the company's social responsibility (CSR) implementation. The correlation of levels and stages of implementation and performance evaluation of the enterprise's social responsibility is suggested.

**Keywords:** responsibility, social responsibility, and level of social responsibility performance evaluation of social responsibility, CSR report, objects, subjects of social responsibility.