

# Соціально відповідальна політика підприємства: сутність, зміст та передумови формування

У статті запропоновано авторське бачення сутності соціально відповідальної політики підприємства, її конкретний зміст та передумови формування в контексті корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств.

**Ключові слова:** соціально відповідальна політика підприємства, корпоративна соціальна відповідальність, передумови формування соціально відповідальної політики підприємства.

В статье предлагается авторское видение сути социально ответственной политики предприятия, ее конкретного содержания и предпосылок формирования в контексте корпоративной социальной ответственности промышленных предприятий.

**Ключевые слова:** социально ответственная политика предприятия, корпоративная социальная ответственность, предпосылки формирования социально ответственной политики предприятия.

The article presents the essence of author's vision of socially responsible policy of the company, its specific content and conditions of formation in the context of corporate social responsibility industry.

**Keywords:** social responsible policy of the company, corporate social responsibility, the conditions of creation of social responsible policy.

**Постановка проблеми.** Вітчизняні підприємства, що прагнуть зайняти гідне місце в українському суспільстві, поступово приходять до розуміння того, що формування соціально відповідальної політики забезпечує їх високу ділову репутацію, інвестиційну привабливість.

Соціально відповідальна політика підприємства створює не тільки відповідне соціальне середовище та моральний клімат у колективі, а й впливає на моральність суспільства. Тому, усвідомлюючи свою суспільну роль, компанії, як соціально відповідальні суб'єкти, завдяки консолідації зусиль усіх суб'єктів суспільних відносин можуть допомогти вирішити соціальні та економічні проблеми України. У зв'язку з цим виникає проблема визначення сутності, змісту та передумов формування соціально відповідальної політики підприємств. Дослідженням доведено, що для оцінки ефективності функціонування механізму соціально відповідальної політики підприємства необхідні нові теоретико-методичні підходи, які мають включати в себе не лише оцінку внутрішнього соціального розвитку підприємства, а й оцінку зов-

нішнього впливу соціальної діяльності підприємства у відповідності до ступеня задоволення різних груп стейкхолдерів.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** В рамках поставленої проблематики видається важливим систематизувати інформацію щодо формування соціально відповідальної політики підприємства та на цій основі розглянути її роль і значення в практиці управління компанією. Спроба систематизації поглядів на роль і значення в практиці управління компанією корпоративної соціальної відповідальності робилася вченими [1; 2; 4; 7]. Нині пошук нових підходів до підвищення соціальної ролі бізнесу в Україні цікавить не лише науковців, а й політиків, державних діячів, громадські організації.

**Метою статті** є дослідження та визначення особливостей формування та реалізації соціально відповідальної політики в діяльності сучасних промислових підприємств у контексті розвитку корпоративної соціальної відповідальності. Для досягнення мети було поставлено такі завдання: дослідити розвиток соціально відповідальної політики підприємства; розкрити сучасний стан та проблеми реалізації соціально відповідальної політики підприємства; проаналізувати та узагальнити вітчизняний і зарубіжний досвід реалізації соціально відповідальної політики на підприємстві.

**Виклад основного матеріалу.** В Україні на теперішній час концепцію корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) поширюють та намагаються інтегрувати у свою ділову активність насамперед великі вітчизняні підприємства, банки, корпорації. Слід відзначити, що запровадження концепції КСВ суттєво впливає також на малий та середній бізнес, сталий розвиток суспільства. Згідно з опитуваннями ООН реалізацією програм у сфері корпоративної соціальної відповідальності займаються в Україні 75,8% бізнес-структур. Реалізація КСВ передбачає впровадження довготривалої програми дій, націлених на одне з важливих для будь-якої організації завдань – підвищення її привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.

Серед майже 3800 комерційних компаній, які підписали Глобальний договір ООН, на початок 2008 року, за даними офіційного веб-сайту Української мережі Глобального договору ООН, налічувалося понад 90 учасників з нашої країни [1].

В умовах створення в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки виникає потреба збільшення соціальної відповідальності підприємств. Проте в сучасних умовах господарювання багато підприємств перебувають у фінансово-економічній кризі й не мають можливості утримувати створену раніше соціальну сферу, внаслідок чого змінюють-

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ся соціальні функції підприємств та держави як регулятора соціально-економічних відносин. За час реформ в Україні так і не сформовано ефективної системи соціальних амортизаторів та дієвих інструментів соціальної політики на різних рівнях господарювання.

За такого стану речей в Україні має бути створена ефективна ринково орієнтована соціальна інфраструктура, яка б стала гарантом соціальної безпеки суспільства. Ринково орієнтована соціальна сфера потребує перерозподілу соціальних функцій її суб'єктів: держави, соціально відповідальних підприємств та некомерційних організацій. Для цього з боку держави мають бути створені умови для ефективного функціонування некомерційних організацій, як обслуговуючих, так і цільових, та програми стимулювання соціальної активності підприємств.

В умовах кризи активізувалася дискусія про необхідність і важливість корпоративної соціальної відповідальності. Деякі експерти вважають, що КСВ вже безповоротно втратила свою актуальність, у той час як представники іншого напрямку сходяться на думці, що сьогоднішня фінансова криза якраз результат відсутності грамотної стратегії корпоративної соціальної відповідальності [10]. Втім в умовах поточної економічної нестабільності переваги отримують ті компанії, які зуміли інтегрувати КСВ у всі системи своєї діяльності, а компанії, які орієнтувалися лише на короткострокові показники, ризикують надалі опинитися серед аутсайдерів ринку.

На сьогодні діє Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності та Спільнота соціально відповідального бізнесу. В лютому 2010 року відбулося перше засідання консультативної ради з розробки Національної концепції розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яка має бути винесена на парламентські слухання наприкінці року; Конфедерацією роботодавців України розроблений проект стандарту ISO 26 000 «Керівництво із соціальної відповідальності». Разом із тим в Україні налічується понад 140 підписантів-учасників Глобального договору ООН (The Global Compact) – ініціативи, спрямованої на поширення відповідального корпоративного громадянства і на те, щоб комерційні компанії брали участь у вирішенні проблем, які постають у зв'язку з глобалізацією.

Гідних для наслідування прикладів діяльності компаній в Україні не так вже й багато (близько сотні, як-от: «Метінвест», «Оболонь», ДТЕК (Донбаська паливно-енергетична компанія), Ernst&Young Україна, «Крафт Фудз Україна», SKM, «Кока-Кола Україна», МТС, «Київстар», «Астеліт», «Фокстрот», «Сандора» та інші), ще менше компаній публікують звіти із соціальної відповідальності та розміщують їх на своїх сайтах, інші просто займаються піаром.

Очевидно, це нормальний процес у такій молодій країні, як наша, адже ще п'ять років тому про відповідальне ведення бізнесу взагалі не було жодного українського дослідження, а практика КСВ здійснювалася фактично представництвами міжнародних компаній в Україні.

На думку експертів, саме від самоорганізації компанії залежатиме ефективність соціальної відповідальності. Адже хоч держава і веде діалог з бізнесом, законодавчі принципи й регламенти, запроваджені владою, – це одне, і їх, безперечно, необхідно дотримуватися, але не плутати з індивідуальними корпоративними соціальними принципами компанії, до яких українському бізнесу ще потрібно прагнути. Адже поки що в Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності і перебувають на етапі дотримання законодавства та добродійних проєктів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків із громадськістю (PR). Майже всі великі компанії реалізують проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проєктів до власної соціальної відповідальності, вважають експерти.

Часто можна почути, що в тяжкі кризові часи говорити про соціальну відповідальність беззмістовно, оскільки головною метою діяльності компаній під час скрутних фінансових умов є виживання на ринку. І в 2010 році це питання опинилося під загрозою, як ніколи раніше: йдеться про збереження соціальної відповідальності взагалі як явища. Однак, на думку експертів, соціальна відповідальність не зникне, а децю реструктуризується.

Впровадження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу українськими компаніями може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, допомогти вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ компаній з українським капіталом до міжнародних ринків. А це величезні переваги, до яких необхідно прагнути, аби розробити і втілити українські стандарти системи управління соціальною відповідальністю.

Аналіз існуючих теоретико-методологічних основ функціонування соціальної сфери підприємств дозволив визначити принципи побудови механізму соціально відповідального політики підприємства, які необхідно формувати на базі соціально-економічних технологій з урахуванням обраної моделі, рівня та форм соціально відповідального управління.

Комплексний механізм соціально відповідальної політики підприємства має включати в себе функціональну, цільову, адаптаційну, забезпечуючу підсистему і підсистему верифікації. Ринкові умови господарювання промислових підприємств вимагають приділення уваги зв'язкам із зовнішнім соціальним середовищем через адаптаційну підсистему механізму соціально відповідального управління. Нестабільність соціально-економічної ситуації в Україні потребує впровадження соціально-економічних технологій адаптації персоналу в умовах інституційних реформ на підприємствах.

Вкрай необхідним є формування підсистеми верифікації, що базується на соціальній звітності та соціальному аудиті

промислового підприємства для забезпечення обґрунтованості, доцільності та ефективності соціально-економічних технологій, що реалізуються та відповідають виявленим у процесі аналізу очікуванням внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів промислового підприємства.

Згідно з дослідженням європейської мережі КСВ фахівців Corporate Responsible Group (2007) питаннями КСВ у компанії займаються у процентному співвідношенні такі департаменти: PR/стратегічних комунікацій – 36%, офіс виконавчого директора/керівник організації – 17%, управління людськими ресурсами – 10%, маркетинг – 7%, стратегічного розвитку – 4%, управління ризиками/аудиту – 1%, інші – 25%. До підрозділу «інші» увійшли назви департаментів – це, власне, саме з КСВ, операційний та юридичний.

У дослідженні серед 82 респондентів, які представляли європейські компанії (68%), та по 16% британські і американські представлені такі сфери бізнесу: 23% компанії з фінансової сфери, 28% – торгівля, 20% – транспорт та засоби зв'язку, 20% – сервісні та 12% – інші.

Кожна компанія вирішує для себе сама, яким чином реалізувати свою соціально відповідальну політику. Так, «Київстар» виділив такі напрями: відповідальність за продукт, відповідальність перед державою, розвиток персоналу, вклад у суспільство та захист природи. МТС веде політику благодійності, інформаційної відкритості і прозорості компанії, виконує принципи прийнятого Кодексу етичних норм і ділової поведінки, має проекти з охорони навколишнього середовища та соціальні програми. «Сандора» зосереджує свою увагу саме на соціальній відповідальності: благодійність, підтримка здорового стилю життя та спорту, підтримка молодіжних ініціатив та освітніх програм. Укрпошта приділяє значну увагу соціальному захисту працівників та ветеранів підприємства. Важливим напрямом роботи є соціальний захист дітей працівників підприємства. Укрпошта активно сприяє розвитку творчих здібностей у молоді. Соціальна відповідальність Укртелекому проявляється у кадровій політиці, що спрямована на професійне зростання працівників та у допомозі соціально незахищеним верствам населення країни. «Проктер енд Гембл» вважає своїм обов'язком підтримувати тих членів суспільства, які потребують цього. Тому компанія спрямовує свої зусилля одразу у декількох напрямках: благодійна програма, шкільні освітні програми, програма Інститут дитини Rampegs, програма боротьби з підробками, професійна програма по роботі зі стоматологами, освітня програма «Чисть як стоматолог». «Оболонь» здійснює роботу за такими напрямками: персонал та умови праці, якість продукції та відповідальне ставлення, комплексна екологічна культура та соціальні інвестиції. Потрібно усвідомлювати, в умовах поточної економічної нестабільності переваги отримують ті компанії, які зуміли інтегрувати КСВ у всі системи своєї діяльності, а компанії, які орієнтувалися лише на короткострокові показники, ризикують надалі опинитися серед аутсайдерів ринку. Дослідження Ernst & Young «Упра-

вління кваліфікованим персоналом» (Global Talent Management Report), яке охопило понад 340 представників виконавчого, фінансового та операційного керівництва компанії, що входять у рейтинг Fortune 10001, продемонструвало, що фінансові результати діяльності компаній, що мають програми КСВ, узгоджені зі стратегією бізнесу, виявилися істотно вище – їхній річний показник прибутковості капіталу збільшився на 20% за п'ятирічний період у порівнянні з іншими респондентами.

Сьогодні Україні необхідна компанія-лідер, яка вміє прогнозувати ситуацію на п'ять років наперед, яка знає, що необхідно змінити логіку ведення бізнесу, і яка усвідомлює, якої допомоги чекають люди від неї.

На міжнародній арені компанії змагаються за право лідувати у сфері соціальної відповідальності. За день до оголошення невтішних показників роботи за четвертий квартал «Інтел» повідомляє про запуск нової програми «Малі справи змінюють» вартістю \$300 тис., спрямованої на освіту у країнах Азії й Африки, що розвиваються. Головна мотивація компанії – не можна відмовлятися від своїх обіцянок, особливо у скрутні часи. «ГлаксоСміт-Кляйн» знижує вартість ліків для жителів країн, що розвиваються. Фонд «Пепсі-Кола» повідомляє про п'ятимільйонну програму допомоги дітям у селах Індії та Бангладеш, розраховану на три роки.

В Україні триває пошук компанії-лідера, яка зможе заявити про нові ініціативи, про тривалу й системну допомогу суспільству, особливо під час кризи. Для цього потрібно багато що змінити, насамперед логіку й мислення самих власників або топ-менеджерів. Це нелегко, але почесне право називатися лідером соціальної відповідальності в Україні того варте.

### Висновки

Досліджено сучасний стан застосування концепції корпоративної соціальної відповідальності бізнесу при формуванні політики на вітчизняних підприємствах. Було визначено, що стандартів КСВ тією чи іншою мірою дотримуються здебільшого великі корпорації або представництва іноземних компаній, що працюють в Україні. У сфері малого і середнього бізнесу практика КСВ майже нерозвинена. Слід зазначити, що в період політичної й економічної невизначеності України, компанії з прописаною КСВ-стратегією і досвідом її застосування продовжують її надалі втілювати: «МЕТРО», «Брітіш Америкен Тобакко», «Д.ТЕК», «Тетра-Пак» продовжать свої програми партнерства. Багато підприємств зменшили соціальні інвестиції в соціальні проекти і добротність, скорочення становило 20–30%, а подекуди і 40%. Але є сфери, в які інвестиції збільшуються і в яких плануються нові проекти, а саме – енергозбереження, доквілля, освіта.

### Література

1. Беляева І.Ю. Корпоративная ответственность: управленческий аспект: монографія / Беляева І.Ю., Эскиндарова М.А. – М.: КНОРУС, 2008. – 504 с.: с. 18–19.

2. Нагорнов А.В. Исследования социальной ответственности компании / Нагорнов А.В., Солнцева М.С. – Журнал Корпоративные финансы, 2007. №2. – С. 112–132.

3. Спільнота соціально відповідальний бізнес [Електронний ресурс] / І. Журовська, В. Воробей, Ю. Бегма // Глосарій СВБ. – 2010. – Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/glossary>. – Назва з екрану.

4. Благов Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Благов Ю.Е. – Вестник Санкт-Петербургского университета, 2006. сер. В., вып. 2. – 272 с.: с. 3–24.

5. Методологічні основи і соціально-економічні передумови удосконалення організаційно-економічного механізму управління підприємством [Електронний ресурс] / Пономарьов І.Ф., Полякова Е.І. // Наукові праці ДонТУ. – Донецьк, 2004. – С. 53–69. – Режим доступу: [http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip69/69\\_09.pdf](http://www.library.dgtu.donetsk.ua/fem/vip69/69_09.pdf). – Назва з екрану.

7. Дубинина М.В. Корпоративная этика как инструмент социального менеджмента / Дубинина М.В. // Менеджмент в России и за рубежом, 2002, №4. – С. 84–95.

8. AccountAbility [Електронний ресурс] // Стандарт верификации отчетов AA1000. – Режим доступу: <http://www.accountability.org.uk/resources>. – Назва з екрану.

9. Дубова І.П. Формування ефективної кадрової політики – кадрового аудиту організації / Дубова І.П. // Проблеми науки, 2003. №2. – С. 47–51.

10. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність компанії та суспільства / Котлер Ф., Лі Н.; Пер. з англ. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.

11. Ивченко С. Экономический эффект корпоративной социальной политики / Ивченко С. // Бизнес и общество, 2003. № 15. – С. 24–30.

І.О. ГЕЄЦЬ,  
ст. викладач, Національний авіаційний університет

## Реалізація моделі оптимального формування виробничої потужності для підприємств-учасників державного авіабудівного концерну «Антонов»

*У статті запропонована реалізація оптимізаційної моделі формування виробничої потужності підприємств-учасників авіабудівного концерну ДАК «Антонов», яка дозволяє керівництву приймати рішення щодо оптимального формування виробничої потужності.*

**Ключові слова:** оптимізаційна модель, виробнича потужність.

*В научной статье предложена реализация оптимизационной модели формирования производственной мощности предприятий-участников авиастроительного концерна «Антонов», которая позволит руководству принимать решения оптимального формирования производственной мощности.*

**Ключевые слова:** оптимизационная модель, производственная мощность.

*The article proposed optimization model of production capacity owned Aircraft Company, which allows authorities, given the constraints and relationships, decide on the optimal control of production capacity.*

**Постановка проблеми.** Забезпечення конкурентоспроможності економіки країни на світовому ринку залежить насамперед від розвитку високотехнологічних галузей. Авіаційна промисловість України може відіграти роль ключового фактора підвищення конкурентоспроможності національної

економіки. Нині авіапроекти є досить насиченими, конкуренція на ньому йде не між окремими компаніями, а між авіаційними державами. Роль ефективного промислового виробництва значною мірою залежить від обсягу, структури, технічного стану та рівня використання основних виробничих фондів. Виробнича потужність є найважливішим інструментом процесу планування виробництва, який дозволяє визначити оптимальну змінність роботи парку основного технологічного обладнання, виявити внутрішньовиробничі резерви виробничих площ та трудових ресурсів, розробити план організаційно-технічних заходів, обґрунтувати виробничу програму, необхідність розширення кооперації та спеціалізації виробництва авіаційних підприємств. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема ефективного формування виробничої потужності авіаційних підприємств.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Дослідженню актуальних проблем формування виробничої потужності присвячено роботи О.М. Азарян, О.І. Амоші, К.А. Баландина, Р.С. Гейфмана, В.Г. Герасимчука, Ю.А. Єгупова, М.Л. Зайцева, І.У. Клейника, О.М. Майстренко, К. Меллеровича, Й.М. Петровича, Р.С. Распопова, Л.Д. Ревудського, А.Н. Федотова, М.П. Хохлова, П.О. Шаповалової, І.Б. Швець, В.Р. Штрауха та інших.

**Мета статті.** Актуальність наукового дослідження пов'язана із необхідністю впровадження оптимальної моделі форму-