

УДК 339.138:637

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ПАТ «ЯГОТИНСЬКИЙ МАСЛОЗАВОД» «ЯГОТИНСЬКЕ ДЛЯ ДІТЕЙ»

Лисиціна І.Ю.

Національний університет харчових технологій

У статті висвітлено основні принципи конкурентоспроможності підприємства при впровадженні проектів з корпоративної соціальної відповідальності. Також висвітлені принципи вибору корпоративних заходів і необхідність впровадження системи заходів з корпоративної соціальної відповідальності на ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» для підвищення конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах. В статті розглянуто стан корпоративної соціальної відповідальності на даний час, а також запропоновано ряд заходів пов'язаних з корпоративною соціальною відповідальністю для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність, підприємство, корпоративна соціальна відповідальність, товари.

Постановка проблеми. Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем і в цьому зв'язку особливо значима соціальна відповідальність бізнесу – підприємств і організацій, пов'язаних з розробкою, виготовленням і постачанням продукції та послуг, оскільки вони володіють основними фінансовими та матеріальними ресурсами, що дозволяють вести роботу для вирішення поставлених перед світом соціальних проблем. З іншого боку для підприємств-виробників, корпоративна соціальна відповідальність це один із методів покращити свою конкурентоспроможність на ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Для написання статті використовувалися наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі конкурентоспроможності і корпоративної соціальної відповідальності. Також, варто відмітити, що питання розробки, вибору і впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності вивчалось багатьма зарубіжними та вітчизняними науковцями, зокрема: Д. Аакером, В.І. Моргуновим, Д.О. Барабасєвим, О.А. Біловодською, І.В. Левицькою та іншими.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Питанням конкурентоспроможності підприємств та продукції присвячені праці провідних зарубіжних та вітчизняних вчених, проте в сучасних умовах господарювання необхідним виступає підвищення рівня конку-

рентоспроможності шляхом впровадження засобів корпоративної соціальної відповідальності.

Мета статті полягає у визначенні основних аспектів конкурентоспроможності підприємства при впровадженні проектів корпоративної соціальної відповідальності, а також дослідження впливу запропонованих заходів на підвищення ефективності діяльності підприємства. Для оцінки стану конкурентоспроможності та доцільності впровадження систем контролінгу на підприємства, проводяться безліч аналітичних досліджень для яких використовують такі загальнонаукові методи як опис, аналіз, синтез, узагальнення і порівняння.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день, питанню конкурентоспроможності приділяється багато уваги як вітчизняних так і зарубіжних вчених і дослідників. Безліч методів підвищення рівня конкурентоспроможності починають застарівати і стають нецікаві сучасним виробникам.

Тому приділяється особлива увага новим інноваційним методам у конкурентній боротьбі на ринку. Потужні вітчизняні фірми підвищують рівень своєї конкурентоспроможності як правило за рахунок покращення рівня корпоративної соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність підприємства – це концепція, яка у собі відображає відповідальність тих хто приймає бізнес рішення перед тими на кого ці рішення впливають. Просто кажучи це відповідальність підприємства

перед усіма кого так чи інакше стосується діяльність підприємства. До них можна віднести державу, суспільство яке виступає в даних відносинах як громада на яку може впливати діяльність підприємства (наприклад з екологічної точки зору), чи як група реальних чи потенційних споживачів товару, перед працівниками підприємства тощо [2].

Отже, корпоративну соціальну відповідальність потрібно аналізувати з 2 сторін: як внутрішню і зовнішню [2]. До внутрішньої КСВ ми можемо віднести усе, що відбувається всередині організації, а саме: безпеку праці, стабільність заробітної плати, підтримку соціально значущої заробітної плати, додаткове медичне та соціальне страхування робітників, розвиток людських ресурсів через програми підготовки і підвищення кваліфікації персоналу, надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях.

До зовнішньої КСВ ми віднесли усі події, які відбуваються у зовнішньому середовищі, і що носять благодійний характер або виражають відповідальність за якість товарів і послуг перед покупцями, а саме: спонсорство або благодійність, сприяння охороні навколишнього середовища, взаємодія з місцевим співтовариством та владою, відповідальність перед споживачами за якість товарів і послуг.

Отже, згідно з цими видами, проаналізуємо стан корпоративної соціальної відповідальності на ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей».

Розглянемо внутрішню КСВ. Проаналізувати її можна через оцінку забезпеченості працівників достатньою кількістю обладнання для роботи, забезпечення санітарних норм та забезпечення виплат заробітних плат та премій.

Щодо забезпеченості обладнанням можна зазначити, що ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» є досить новим заводом на якому встановлене найновітніше обладнання. Виробничі процеси автоматизовані, а роль людини полягає у керуванні та відслідковуванні правильності проходження виробничих процесів.

Усі робочі приміщення достатньо освітлені, у кожному приміщенні є місце для здійснення гігієнічних процедур (миття рук), та є службове приміщення для працівників. Умови праці є прийнятними, отже, з точки зору забезпеченості достойним робочим місцем та дотримання санітарних норм на ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» усе виконано на високому рівні.

Робітники отримують гідну заробітну плату та премії за високі результати роботи.

Проаналізуємо зовнішню КСВ, яку наразі можна розглядати з 2 сторін, а саме через:

1. Відповідальність за якість наданих товарів та послуг перед споживачами.
2. Спонсорство та благодійність.

Розглянемо відповідність вимогам якості продукції на ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей». Зазначимо, що підприємство виготовляє готові до вживання прості молочні суміші. Продукція підприємства не направлена на повну заміну грудного вигодовування а є джерелом покращення раціону харчування дитини.

При виробництві продукції на ПАТ «Яготинському для дітей» дотримуються всі встановлені

ні вимоги, щодо виробництва дитячої молочної продукції даного виду. На переробку приходить лише високоякісне молоко екстра сорту. При прийомі, молоко обов'язково перевіряється в лабораторії, контролюється по всіх параметрах і тільки за умови підтвердження високої його якості, йде на подальші етапи обробки (фільтрація, бактофугування, нормалізація жирності, даерація). Якість продукції контролюється на кожному етапі виробництва, продукція обов'язково штучно збагачується вітамінами та мінералами. Велике значення відіграє екологічність сировини, що є необхідною вимогою для забезпечення розвитку якості та безпечності продукції.

На ПАТ «Яготинському для дітей» діє інтегрована система ISO 22000 (НАССР), яка була зареєстрована в Україні тому продукція заводу «Яготинське для дітей» може йти на експорт в європейські країни.

Інтегрована система менеджменту включає в себе як менеджмент якості продукції, екологічний менеджмент, менеджмент охорони праці та здоров'я персоналу. Особи, що допускаються до виробництва молочних продуктів, повинні мати відповідну професійну підготовку та пройти інструктаж з безпеки праці, ознайомитися з інструкцією по техніці безпеки виконуваної роботи, а також інструктаж по санітарному мінімуму. Персонал, що не пройшов інструктаж, не допускається до роботи. Також працівники проходять обов'язкове медичне обстеження та мають санітарні книжки.

Кожен робітник має індивідуальний технологічний одяг. Переодягнувшись, персонал направляється в умивальню, де мие руки під теплою водопровідною водою з милом. Після миття руки ополіскують водою і висушують. Потім персонал обробляє руки 70% спиртом. Після дезобробки рук персонал вдягає комплект технологічного одягу, до якого входить чистий халат, капці, головний убір і гумові рукавички.

Контролю якість продукції на підприємстві приділяється особлива увага. Відділ контролю якості виконує такі функції: розробка і функціонування документації системи забезпечення якості; забезпечення контролю якості на всіх стадіях підготовки проведення технологічного процесу та контроль якості готової продукції; розробка аналітичних методик контролю якості, своєчасне виявлення невідповідної продукції, вхідний контроль сировини, матеріалів, друкованої продукції; запобігання випуску неякісної продукції.

При прийомі, молоко обов'язково перевіряється в лабораторії, контролюється по всіх параметрах і тільки за умови підтвердження високої його якості, йде на подальші етапи обробки (фільтрація, бактофугування, нормалізація жирності, даерація).

Кінцевий брак на заводі мінімальний та пов'язаний лише з погіршеннями в упаковці. Під час процесу виробництва якщо в самому виробництві іде збій (наприклад перепад в напруженні мережі), то сировина, яка оброблялась у даний момент автоматично зливається і більше не використовується.

З огляду на всю цю інформацію можемо сказати, що продукція, яку виробляє ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей», є

якісною, при виробництві дотримуються усі вимоги, якість продукції пильно відслідковується. Отже, підприємство є соціально відповідальним щодо забезпечення покупців якісною готовою продукцією.

Щодо другого аспекту оцінки зовнішньої КСВ, а саме спонсорства і благодійності, можна зазначити, що підприємство активно бере участь у різноманітних акціях, таких як: «Фітнес для мам і малят», «Дитина в машині», проект «Кідландія», «Творча майстерня», Свято Читання в Країні Ангелів. Також на заводі проводяться екскурсії для батьків, щоб вони наочно могли побачити умови в яких виготовляється продукція підприємства.

Також нещодавно «Яготинське для дітей» запустило новий проект «Казка про мене», завдяки якому кожна дитина у переддень Нового Року може отримати дивовижний подарунок — унікальну персоналізовану казку про себе. Проект покликаний подарувати дитині радість, незабутні враження та позитивні емоції і нагадати, що мрії здійснюються.

Для різних вікових груп дітей творча команда ТМ «Яготинське для дітей» підготувала цікаві, повчальні та розвиваючі авторські казки різного обсягу та складності. Заповнюючи анкету на сторінці проекту «Казка про мене» батьки вказують деяку інформацію про свою дитину, що використовується для персоналізації казки. Головним героєм «Казки про мене» стає дитина, вказана в анкеті. Вона взаємодіє з казковими персонажами, потрапляє у неймовірні пригоди і гідно долає всі труднощі. Персоналізована казка, надрукована на яскравому бланку, надходить адресату поштою.

Також час від часу проводяться розіграші, які мають назву «З молочним ранком!», в яких випадково генеруються переможці з учасників, і їх нагороджують різними призами.

Отже, як підсумок можемо сказати, що з точки зору і внутрішньої і зовнішньої КСВ, підприємство є дуже розвиненим. Воно піклуються як про своїх робітників, так і про своїх маленьких споживачів у формі акцій та розваг для них.

Як вже було проаналізовано, КСВ на ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» на високому рівні, але в умовах постійних змін конкурентного середовища і змін вподобань споживачів не можна залишатися на досягнутому.

В процесі аналізу КСВ підприємства мною були запропоновані пропозиції, що можуть покращити ефективність діяльності підприємства через покращення КСВ, а саме:

1) Організація курсів для дітей на основі ідеології здорового харчування.

Ці курси розраховані на дітей у дитячих садках та дітей молодшої школи. Заняття має одноразовий характер та його прогнозована тривалість: 60-90 хв. Суть заняття у пропагуванні здорового харчування, зазначення в процесі гри, що молочні продукти є важливим елементом здорового харчування. Заняття пропонується проводити у формі навчальних ігор з дітьми використовуючи іграшки, костюми; винагородою виступає продукція компанії, або призи із зображенням торгової марки.

2) Випуск нового продукту з імуномодельючими властивостями, а саме кефіру для дитячого харчування збагаченого інуліном «ІмунІ».

Випуск нової, з точки зору біологічних властивостей, продукції розширить асортимент продукції і приверне до неї увагу споживачів. Ця продукція направлена на оздоровлення організму під час її вживання. Збагачуючи кисло-молочний продукт інуліном, ми надаємо йому імуномодельючі властивості, які позитивно впливають на укріплення імунітету дитини та покращення його травлення [1].

3) Корпоративний відпочинок для працівників підприємства раз на рік. Піклування про працівників є найголовнішим з аспектів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності. Організація корпоративного відпочинку для працівників, наприклад на вихідні дні або якісь свята, може позитивно вплинути на настрій працівників і на їх лояльність до організації, покращити корпоративний дух. Цей захід частково може вплинути на підвищення продуктивності праці, покращення соціально-психологічного клімату в організації та покращити лояльність звичайних працівників до менеджерів та власників підприємства.

4) Організація заходів незабруднення навколишнього середовища. Екологічність діяльності компанії сьогодні є дуже важливою темою, але так як наше підприємство не займається, наприклад хімічною промисловістю чи металургією, воно не здійснює суттєвого впливу на екологію. Але ми можемо підійти до цього питання з боку уникнення забруднення упаковками від продукції, яку виробляють різні підприємства. Також можливе проведення акцій або флешмобів по очистці лісів або паркових зон від різного побутового сміття. Цей крок міг би позитивно вплинути на імідж компанії в очах наших покупців та взагалі суспільства.

5) Організація збору коштів на благодійність на основі виділення певної суми коштів з кожної одиниці реалізованої продукції. Суть пропозиції полягає у проведенні акції, ідея якої виділення наприклад суми у 10-20 коп. з кожної одиниці реалізованої продукції. Також разом з цим має бути проведена рекламна кампанія, яка б поінформувала споживачів про те, що частка грошей з продукції, яку вони купують, буде іти на благодійність. В такому разі цей проект буде мати різнопланову дію. Благодійність сприятиме допомозі людям, які цього потребують, а проведення рекламної кампанії покращить наш імідж у очах суспільства, дасть громаді відчуття причетності до благодійних дій, а також в залежності від успішності кампанії може позитивно вплинути на зростання темпу продажів продукції.

6) Спонсорство та підтримка дитячих спортивних чи розважальних заходів. Як і у першій пропозиції тут переважає ідеологія «здоровості». Ідея підприємства, яке виробляє елемент здорового харчування та є спонсором заходів, які впливають на фізичне здоров'я та гарний настрій, може покращити наш імідж у очах споживачів. Також до цієї ідеї можна віднести не тільки спонсорство чи проведення певних заходів, а і встановлення дитячих спортивно-розважальних майданчиків.

7) Запуск рекламної кампанії, в основі якої буде покладене дотримання якості виготовлення продукції та подання процесу виготовлення продукції у анімованій формі. Не є секретом те, що чим більш споживач поінформований про якість

продукції тим більш він схильний до покупки саме цієї продукції. ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» уже робить кроки у цьому напрямку, а саме організовує екскурсії по заводу для батьків та охочих ознайомитися з процесом виробництва продукції. Але, наприклад для дітей, такий варіант може бути не дуже цікавим. Тому доцільним вважаємо створення анімованого ролику (мультфільму), в якому анімовані овочі та фрукти будуть швидко, і доступною мовою розповідати, як виробляється продукція на підприємстві, та яким чином вона потрапляє на прилавки магазинів та у руки споживачів.

8) Продаж продукції підприємства у дитячі садки та школи на пільгових умовах.

Наразі цей проект можна розглядати як додатковий варіант збуту продукції. Зараз обсяг виробництва не настільки великий, щоб таким чином задовольняти велику кількість садків чи шкіл, але якщо почати це міг би бути дуже перспективний напрямок. Наприклад поставка у школи та садки йогуртів могла би вирішити проблему недостатньої ефективності використання потужностей обладнання, які виготовля-

ють йогурти. Станом на 2015 рік використання потужностей для виготовлення йогурту складають лише 35%. Соціально відповідальним кроком у цьому разі було б те, що підприємство поставило б цю продукцію на пільгових умовах.

Висновки і пропозиції. Надзвичайно важливим на сьогоднішній день є збереження частки ринку і збереження того кола сталих споживачів продукції підприємства, які прихильні не тільки до продукції підприємства, а й прихильні до підприємства в цілому. ПАТ «Яготинський маслозавод» «Яготинське для дітей» прагне відповідати найкращим світовим стандартам і приділяє велику увагу корпоративній соціальній відповідальності.

Звичайно можна розробити багато інших проектів, які б могли так чи інакше впливати на ефективність діяльності підприємства, та потрібно розуміти, що неможливо їх реалізувати одночасно. Хоча б тому, що на реалізацію проекту потрібно вивільнити певну кількість свого прибутку та взагалі оцінити чи буде той чи інший проект ефективний за даного стану зовнішнього середовища. Тому потрібно дуже пильно підходити до процесу вибору подальших напрямків розвитку.

Список літератури:

1. Бельмер С.В., Гасилина Т.В. Пребиотики, инулин и детское питание / С.В. Бельмер // Вопросы современной педиатрии. – 2010. – Том 9. – № 3. – С. 25-29.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / Воробей В. // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – С. 25-36.

Лисицына И.Ю.

Национальный университет пищевых технологий

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПАО «ЯГОТИНСКИЙ МАСЛОЗАВОД» «ЯГОТИНСКОЕ ДЛЯ ДЕТЕЙ»

Аннотация

В статье отражены основные принципы конкурентоспособности предприятия при внедрении проектов по корпоративной социальной ответственности. Также, высветлены принципы выбора корпоративных мероприятий, а также необходимость внедрения системы мероприятий по корпоративной социальной ответственности на ПАО «Яготинский маслозавод» «Яготинское для детей» для повышения конкурентоспособности предприятия в современных условиях. В статье рассмотрено состояние состояния корпоративной социальной ответственности в настоящее время, а также предложен ряд мероприятий, связанных с корпоративной социальной ответственностью для повышения конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность, предприятие, корпоративная социальная ответственность, товары.

Lysytsina I.Yu.

National University of Food Technologies

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF INCREASE IN COMPETITIVENESS ON «YAGOTYNS'KYU MASLOZAVOD» «YAGOTYNS'KE DLYA DITEY»

Summary

The article states the basic principles of the competitiveness of enterprises in the process of implementation of corporate social responsibility projects. Also the principles of choice of corporate events and the need to introduce a system of measures on corporate social responsibility at PJSC «Yagotynsky butter» «Yagotynske for children» to improve competitiveness in the modern world were presented. The article describes the current status of corporate social responsibility and offers a number of activities related to corporate social responsibility related to improvement of enterprise's competitiveness.

Keywords: competitiveness, enterprise, corporate social responsibility, products.