

Секція 1. УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯМИ

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Щепиліна А.К., студент

Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – добровільне дотримання організацією наряду принесення користі суспільству, екології та економіці країни. Оскільки цей термін є широко поширеним, важливо уточнити його значення в рамках даного дослідження. КСВ в системі управління організацією представлена сукупністю очікувань, вимог і правил, відповідно до яких організація несе відповідальність перед суспільством, в якому функціонує.

Надзвичайно цікавим є підхід, висловлений А. Кероллом [1, с. 281], який запропонував трактувати корпоративну соціальну відповідальність як своєрідну «піраміду», яка складається з економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством. Інститут КСВ функціонує в рамках як внутрішнього, так і зовнішнього середовища. Тож ми пропонуємо вдосконалити піраміду А. Керолла: поділивши її на зовнішню та внутрішню, а також вдосконаливши види відповідальності (рисунок 1):



Рисунок 1 – Піраміда корпоративної соціальної відповідальності

Для обґрунтування саме такої послідовності напрямків відповідальності в піраміді, порівнюємо її з пірамідою ієрархії потреб А. Маслоу [2, с. 379], розглядаючи потреби не окремого індивіда, а суспільства в цілому (рисунок 2):

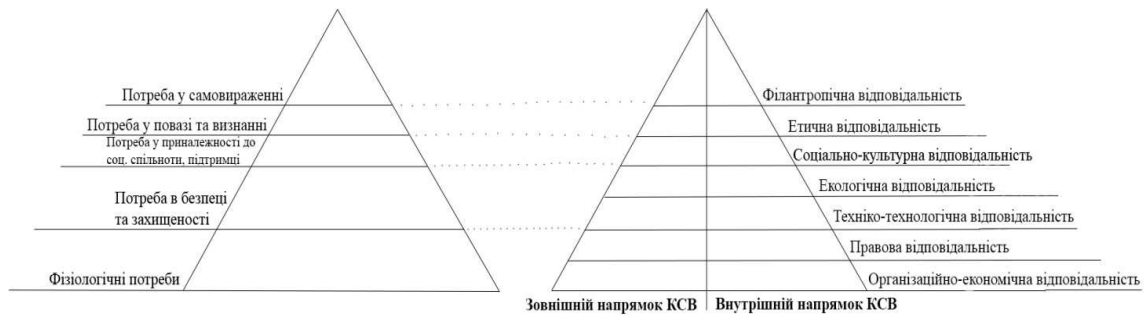


Рисунок 2 – Порівняння піраміди А. Маслоу з пірамідою корпоративної соціальної відповідальності

Далі необхідно надати характеристику кожному виду відповідальності КСВ, враховуючи внутрішній та зовнішній напрямок діяльності підприємства (таблиця 1).

Таблиця 1 – Характеристика відповідальності підприємства перед внутрішніми та зовнішніми стейкхолдерами

| Вид відповідальності | Характеристика | |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | Зовнішнього напрямку КСВ | Внутрішнього напрямку КСВ |
| 1 | 2 | 3 |
| Організаційно-економічна відповідальність | Компанія – виробник товарів чи послуг, що має на меті задовольняти потреби споживачів. Також мати справедливі ціни, створювати робочі місця, вносити свій вклад в економіку країни. Своєчасний та в повному обсязі розрахунок з постачальниками | Отримання прибутку (головна мета будь-якої компанії). Відповідальність зобов'язує своєчасно виплачувати справедливую ЗП співробітникам, враховуючи задоволеність працівників змістом праці |
| Правова відповідальність | Додержання вимог і норм, що містяться в законах та інших чинних нормативно-правових актах, своєчасна та в повному обсязі виплата податків. Звітність, прозорість та інформування підприємством громадськості про діяльність компанії | Необхідність дотримання керівництвом прав людини щодо робітників підприємства (документальне оформлення трудових відносин з персоналом, відображення реальних умов праці, надання передбачених законом відпусток, можливість перебувати на лікарняному тощо) та, в свою чергу, необхідність робітників дотримуватися законів України та виконувати свої обов'язки. Соц. гарантії (обов'язкове медичне обслуговування, страхування, пільг) |

| 1 | 2 | 3 |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Техніко-технологічна відповідальність | Зобов'язує вкладати кошти в технології, що забезпечують ріст ефективності виробництва. Виробництво якісних товарів. Розвиток інноваційних процесів | Охорона праці і техніка безпеки. Розвиток матеріально-технічної бази. Промислова безпека. Своєчасне оновлення техніки |
| Екологічна відповідальність | Збереження навколишньої середовища та охорона здоров'я членів суспільства. Утилізація відходів. Підтримка програм пошуку альтернативних видів пального. Дотримання національних та міжнародних екологічних стандартів та рекомендацій. Виробництво екологічно чистої продукції, ліквідація простроченої продукції | Дотримання санітарно-гігієнічних норм на робочому місці. Поліпшення соціально-побутових умов життя персоналу, екологічної безпеки |
| Соціально-культурна відповідальність | Підтримка незахищених верств населення, культурне просвітництво | Задоволення потреб робітників в особистому визнанні, визнанні їх трудових досягнень, соціальному статусі та самовираженні, надання можливостей кар'єрного росту та підвищення кваліфікації. Формування програм відпочинку персоналу: фінансування путівок, проведення екскурсій. Соц. пакет (навчання за рахунок компанії, безкоштовний проїзд або оплата витрат на бензин, житло, безкоштовне харчування) |
| Етична відповідальність | Діяльність підприємства має відповідати очікуванням стейкхолдерів за умов дотримання норм моралі. Надання відкритої і чесної інформації про діяльність компанії і її продукції | Розробка корпоративної культури, системи корпоративної етики |
| Дискреційна (філантропічна) відповідальність | Діяльність підприємства, спрямована на підтримку і розвиток добробуту суспільства через добровільну участь у реалізації соціальних програм та інших благодійних заходів | Волонтерство робітників, добровільна участь персоналу в благодійних проєктах |

Перш за все, існування організації залежить від споживачів, постачальників, засобів масової інформації, працівників, акціонерів та інших зацікавлених осіб (стейкхолдерів), які можуть впливати на організацію і відчувати її вплив на собі. Надано характеристику найбільш поширених стейкхолдерів компаній різних видів діяльності (таблиця 2).

Таблиця 2 – Характеристика внутрішніх і зовнішніх стейкхолдерів компанії

| Стейкхолдери | Характеристика |
|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Внутрішні стейкхолдери | |
| Власники | Кількість власників та їх роль залежить від розміру компанії. У малому та середньому бізнесі може бути лише один власник або невелика кількість партнерів. |
| Менеджери, співробітники та їх родини | Бізнесу потрібен персонал для здійснення своєї діяльності. Персонал погоджується працювати певну кількість годин в обмін на заробітну плату. Менеджери мають організувати бізнес, приймати рішення, контролювати, бути підзвітними власнику. |
| Зовнішні стейкхолдери | |
| Споживачі | Споживачі купують товари і послуги, що виробляють компанії. Вони можуть бути як фізичними, так і юридичними особами. Компанії мають розуміти і задовольняти потреби своїх споживачів, інакше вони не зможуть отримати прибуток. |
| Постачальники | Бізнес повинен мати ефективні відносини зі своїми постачальниками для отримання якісних ресурсів за доступними цінами. Це двосторонній процес, оскільки постачальники залежать від компанії, яким вони надають свої товари і послуги. |
| Суб'єкти ринкової інфраструктури | Всі компанії та інші структури, з якими підприємство час від часу співпрацює (банки, маркетингові агентства, консалтингові фірми, аудитори, виставкові центри, ярмарки, профільні асоціації). |
| Громада та місцеві мешканці | Це група людей, об'єднаних спільністю становища, інтересів, що ставить перед собою певні спільні завдання. Також це всі люди, які мешкають в регіоні діяльності компанії. Підприємство повинне займатися, в тому числі участю у благоустрою території місцевої громади. |
| Держава | Законодавство регулює діяльність бізнесу у сферах охорони довкілля, охорони праці і здоров'я. Успішні компанії цінні для держави, оскільки вони дають прибуток і робочі місця. |
| Групи впливу | ЗМІ, Фонд охорони праці, Фонд охорони навколишнього природного середовища, Товариство із захисту прав споживачів. |

Таким чином, проаналізовано місце корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством та наведена характеристика відповідальності перед кожною групою стейкхолдерів.

Література.

1. Carroll A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct / A. B. Carroll // Business and Society. – 1999. – Vol. 38 (3). – P. 268–295.

2. Maslow A. H. A Theory of Human Motivation / A. H. Maslow // Psychological Review. – 1943. – Vol. 50(4). – P. 370–396.