

**ЦЕНТР РОЗВИТКУ ОСВІТИ, НАУКИ ТА ІННОВАЦІЙ
КОНСАЛТИНГОВО-КОНФЛІКТОЛОГІЧНИЙ ЦЕНТР**



**ГРОМАДСЬКИЙ РУХ ТА СТАНОВЛЕННЯ
ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА
В УКРАЇНІ**

**Матеріали II Всеукраїнської
науково-практичної конференції**

7 жовтня 2009 р.

Сімферополь

Недобєга Олена Олександрівна
Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля,
м. Луганськ

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Соціальна стабільність та благополуччя населення держави головним чином залежить від рівня розвитку економіки й самодостатності регіонів. Основним господарюючим суб'єктом сучасної економіки є підприємство. Саме підприємство визначає ділову активність національної економіки, забезпечується ефективна зайнятість населення, його участь у реалізації соціальних програм. Управління соціально-економічним розвитком підприємств є запорукою міцного та стійкого соціально-економічного стану не лише окремого суб'єкта господарювання, а і його зовнішнього середовища – території, регіону, усієї держави та населення в цілому. Говорячи про розвиток підприємств, слід окремо зупинитись на проблемі соціальної відповідальності підприємств (корпоративної соціальної відповідальності). Сьогодні, коли значна частина національної економіки належить приватному сектору, який повинен поділяти з державою відповідальність за соціально-економічний стан суспільства і задоволення життєво важливих потреб населення, вона набуває особливого значення, оскільки орієнтиром соціально-економічного розвитку підприємств і регіонів стає людина.

Проблема соціальної відповідальності досліджується багатьма вітчизняними та зарубіжними вченими, але незважаючи на це не існує єдиного визначення соціальної відповідальності підприємств. У найбільш широкому розумінні соціальна відповідальність

розглядається як вплив бізнесу на суспільство. Основні підходи щодо трактування соціальної відповідальності наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «соціальна відповідальність підприємств»
(«корпоративна соціальна відповідальність»)

Автор	Тлумачення
1. М. Фрідмен [1, с. 489]	Соціальна відповідальність бізнесу – використання наявних ресурсів і здійснення направленої на отримання прибутку діяльності до тих пір, поки він дотримується встановлених правил гри і веде відкриту чесну конкуренцію.
2. Р.Л. Дафт [2, с. 157]	Соціальна відповідальність передбачає обов'язок керівництва організації приймати рішення і здійснювати дії, які збільшують рівень добробуту і відповідають інтересам як суспільства, так і самої компанії.
3. С.П. Роббінз, М. Коултер [3, с. 208]	Соціальна відповідальність – це зобов'язання фірми переслідувати довгострокові суспільно-корисні цілі, прийняте нею понад потрібного від неї відповідно до законодавства і економічних умов.
4. А.Г. Грязнова, А.Ф. Джинджолія [4, с. 148]	Соціальна відповідальність – це досягнення комерційного успіху способами, заснованими на етичних нормах і пошані до людей, співтовариств, довкілля.
5. Т.В. Калінеску, О.О. Зеленко [5, с. 198]	Соціальна відповідальність – це вклад бізнесу в соціально-економічний розвиток суспільства, який може бути здійснений у рамках задекларованого законом мінімуму або за його межами
6. А. Садеков, Т. Косова [6, с. 89]	Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як належне відношення якої-небудь компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; як її активна соціальна позиція, яка, повинна реалізуватися в гармонійному співіснуванні, взаємодії і постійному діалозі з суспільством; як участь в рішенні найгостріших соціальних проблем.
7. А.В. Вовчак, А.Ш. Хамидова [7, с. 17]	Соціальна відповідальність бізнесу розглядається як системно організована сукупність соціальних зобов'язань, що реалізується бізнес-суспільством у цілому та окремими бізнес-організаціями.

Якщо розглядати підприємство як систему, яка функціонує в зовнішньому середовищі, то можна виділити соціальну відповідальність, спрямовану на внутрішню діяльність підприємства та на зовнішнє середовище [5, с. 198].

До внутрішньої соціальної відповідальності відносять [5, с. 199]: стабільність заробітної плати та підтримку її соціально значимого

розміру; безпеку трудової діяльності; додаткове соціальне та медичне страхування; запровадження навчання та програм підвищення кваліфікації для персоналу підприємства тощо.

Зовнішня соціальна відповідальність вміщує в себе [5, с. 199]: виробництво якісних товарів і послуг (відповідальність за якість перед споживачами); взаємодію з місцевими органами влади та місцевою громадою; сприяння охороні навколишнього середовища; спонсорську та благодійну діяльність; готовність брати участь у розв'язанні кризових ситуацій місцевої громади.

Отже, у подальшому ми будемо розглядати соціальну відповідальність підприємства як систему його зобов'язань перед колективом, контрагентами та суспільством, яка сприяє забезпеченню ефективного соціально-економічного розвитку як самого підприємства, так і суспільства в цілому.

Основним документом, що відображає головні напрямки корпоративної соціальної відповідальності є Глобальний договір ООН (UN Global Compact). Він містить 10 принципів [8], які відображають ключові області корпоративної соціальної відповідальності для ділової людини:

1. Принципи прав людини підкреслюють необхідність захищати і поважати міжнародно-визнані права людини;

2. Принципи праці направлені на підтримку свободи асоціацій і визнання права на колективний договір, ліквідацію усіх форм примусової, обов'язкової і дитячої праці та недопускання дискримінації при прийомі на роботу і у професійній діяльності;

3. Екологічні принципи говорять про обережний підхід до екологічних завдань і необхідність реалізовувати ініціативи щодо посилення екологічної відповідальності та заохочувати розробку і поширення екологічно безпечних технологій;

4. Антикорупційний принцип говорить про необхідність боротьби зі всіма проявами корупції.

Слід сказати, що застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності надають підприємствам наступні переваги щодо поліпшення процесу прийняття на роботу, утримання та мотивації співробітників; вищий ступінь захищеності інвестицій у країнах на основі верховенства права та поваги до прав людини; вища продуктивність праці; безпечніші умови праці; покращення корпоративної репутації; запровадження інновацій; набуття конкурентних переваг; зниження виробничих витрат тощо.

Для реалізації курсу, направлено на забезпечення соціально-економічного розвитку підприємств на основі корпоративної соціальної відповідальності, необхідним є створення механізму взаємодії між владою і підприємствами. На нашу думку основними складовими такого механізму мають бути:

Правове регулювання, призначене забезпечити створення необхідних умов для досягнення оптимального узгодження інтересів держави, підприємств і суспільства (наприклад, податкові пільги для підприємств, які приймають участь у реалізації соціальних проектів).

Кадрова база, тобто керівники, які можуть взяти на себе відповідальність за розвиток і реалізацію нових ідей. Вищі навчальні заклади мають можливість забезпечити навчання таких керівників на засадах партнерських відносин, що є складовими соціальної відповідальності.

Фінансові інструменти, необхідні для підтримання некомерційних проектів. Окрім різноманітних грантів слід розвивати венчурне фінансування і нові кредитні інструменти.

Інфраструктура. Для успішної реалізації корпоративної соціальної відповідальності потрібно створювати різноманітні дослідницькі центри, систему обміну інформацією та досвідом і т.п.

Отже, соціальна відповідальність повинна стати формою забезпечення відносин між бізнесом, суспільством і органами влади на основі взаємної вигоди з урахуванням міжнародних стандартів і забезпечувати соціально-економічний розвиток підприємств. Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку механізму партнерських взаємовідносин підприємства зі всіма учасниками процесу управління соціальною відповідальністю.

Список використаних джерел:

1. Бодди Д., Пэйтон Р. Основы менеджмента: пер. с англ. / Под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – 816 с.
2. Дафт Р.Л. Менеджмент, 2-е издание: Пер. с англ. – СПб: Издательский дом «Питер», 2001. – 832 с.
3. Роббинз, Стивен П., Коултер, Мэри. Менеджмент, 8-е издание.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 1056 с.
4. Грязнова А.Г., Джинджолия А.Ф. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2008. – 427 с.
5. Калінеску Т.В., Зеленко О.О. Використання соціальної відповідальності для управління діяльністю підприємства // Гуманізація соціального управління: Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції 29 квітня 2008 р. – Х.: ФОП Александрова К.М., 2008. – С. 197 – 201
6. Садеков А., Косова Т. Социальные аспекты развития корпоративного управления в Украине // Экономика Украины. – 2008. – №11. – С. 88 – 93
7. Войчак А.В., Хамидова А.Ш. Социально ориентированный бизнес: определение приоритетов и реализация корпоративных социальных программ // Научный информационный журнал «БИЗНЕС ИНФОРМ». – 2008. – №5 (351). – С. 17 – 19
8. www.globalcompact.org.ua/ua/about/principles