

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Брижак С.С.

студент,

Тернопільський національний економічний університет

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Розвиток українського бізнесу, інтеграція до світової економічної системи ставить перед вітчизняними підприємствами нові завдання, які пов'язані з активізацією процесів у сфері соціальної відповідальності в Україні. Бізнес не може діяти ізольовано від суспільства, оскільки він сам є частиною соціуму. Від діяльності підприємств багато в чому залежить стан природного середовища, якість споживчих товарів. Соціальна спрямованість бізнесу буде більш ефективною та мати системний характер, якщо соціальна відповідальність бізнесу буде включена у стратегію управління підприємством.

Обговорення проблем соціальної відповідальності у сучасній літературі охоплює широке коло аспектів. Питанню соціальної відповідальності присвячені роботи багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених, зокрема П. Байерза, О. Затейшикової, О. Зеленко, А. Колота, Ф. Котлера, О. Лазоренко, М. Саприкіної.

За останні роки в Україні набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу, яка представляє собою систему суспільних відносин із зацікавленими групами (стейкхолдерами), взаємодію з державою у вирішенні соціальних проблем.

Слід зазначити, що соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь зобов'язання підвищувати добробут суспільства, реалізуючи відповідні підходи до ведення бізнесу і виділяючи корпоративні ресурси [1].

Соціальна відповідальність бізнесу поширюється на такі основні напрями, як: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; ділова та корпоративна етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із зацікавленими сторонами; дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Необхідність розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні зумовлена наступними чинниками: низький рівень корпоративної культури; правовий нігілізм і деформація правової свідомості; низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу; термінологічна (нормативна) невизначеність; закритість українських компаній для широкої громадськості; нерівномірне врахування інтересів зацікавлених сторін.

Соціальна відповідальність сприяє покращенню іміджу підприємства, забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу, вихід на нові ринки. Тож, до основних переваг ведення українськими підприємствами соціальної відповідальності бізнесу вважаємо доречним віднести:

- поліпшення фінансових показників;
- поліпшення іміджу та репутації брендів;
- підвищення продажу та лояльності споживачів;
- зменшення плинності кадрів, підвищення відданості персоналу;
- скорочення тиску з боку перевіряючих органів [3].

Соціальна відповідальність підприємств також полягає в максимально повній сплаті податків, дотримання законодавства про працю та охорону навколишнього середовища, в створенні робочих місць, в добродійних заходах. Всі ці заходи спрямовані на зовнішнє середовище підприємства.

Серед ініціатив, які спрямовані на внутрішнє середовище, можна віднести: підвищення продуктивності, поліпшення конкуренто-спроможності, оптимізація витрат, реалізація стратегії подальшого розвитку, покращення іміджу, збільшення товарообігу та кількості споживачів.

Більшість підприємств до соціальної відповідальності відносять надання благодійної допомоги громаді, розвиток власного персоналу та чесне ведення бізнесу. Кожне підприємство при формуванні стратегічних напрямків визначає елементи соціальної відповідальності, необхідні для

реалізації своїх інтересів та інтересів зацікавлених груп учасників. Так, до елементів зовнішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності відносимо: кредити (гранти) на благодійні цілі; фінансова і матеріальна допомога; стипендіальні програми; робота в асоціаціях над законодавчими ініціативами; курси перекваліфікації працівників; партнерські проекти з владою, навчальними установами; волонтерська діяльність та діяльність громадських організацій; корпоративна філантропія у формі підтримки соціально значущих подій. Складовими внутрішньої корпоративної стратегії соціальної відповідальності вважаємо соціальні інвестиції; наукові і практичні розробки; екологічна програма; етичні та інші стандарти роботи; кар'єрний ріст персоналу; прозорість та конкретність у наданні звітності; стимулювання робітників (премії, надбавки, компенсації), а також соціальні пакети. Це дозволяє підвищити конкурентоспроможність та покращити результати фінансово-господарської діяльності [4].

Стратегія соціальної відповідальності бізнесу передбачає високі стандарти якості товарів та послуг; виконання зобов'язань перед співробітниками, постачальниками, партнерами; задоволення потреб та інтересів всіх стейкхолдерів.

Для того, щоб соціальна відповідальність сприяла підвищенню ефективності бізнес-процесів на підприємстві, впроваджуючи стратегію, потрібно в першу чергу вивчити ринок і провести якісний аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, які в тій чи іншій мірі зможуть вплинути на очікуваний результат. Звідси, основними етапами формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу для українських підприємств вважаємо такі:

- формування системи цілей, до яких відносимо: забезпечення соціально-економічного розвитку персоналу, забезпечення випуску якісної продукції, забезпечення діяльності, направленої на ресурсозбереження;

- аналіз внутрішнього середовища, тобто ідентифікація сильних та слабких сторін, аналіз соціальних ініціатив підприємства, орієнтованих на працівників, виробництво та реалізацію продукції;

- аналіз зовнішнього середовища, що повинно бути орієнтоване на зовнішні проекти, які пов'язані з діяльністю підприємства, а також на характер взаємовідносин з зовнішніми стейкхолдерами;

- оцінка рівня соціальної відповідальності;
- вибір стратегії та напрямів соціальної відповідальності бізнесу;
- впровадження стратегії, тобто розробка соціальних програм та проєктів, планів дій, направлених на впровадження стратегії.
- оцінка реалізації стратегії соціальної відповідальності бізнесу за такими критеріями: економічні (одержання прибутку), юридичні (дотримання законів), етичні (етична поведінка), прийняття на себе відповідальності (покращення добробуту суспільства та якості життя людей) [2].

Необхідно наголосити, що стратегія соціальної відповідальності бізнесу повинна бути спрямована на розробку концепції навчання персоналу, яка повинна включати різні форми та методи навчання; укріплення соціальної захищеності працівників; розвиток місцевої та регіональної інфраструктури, що передбачає співпрацю з місцевими органами влади щодо проведення спортивних, благодійних, спонсорських заходів із залученням ресурсів підприємства: людських, інформаційних, фінансових; реалізацію принципів ділової етики; здійснення екологічної та природоохоронної діяльності; задоволення потреб споживачів передусім у випуску якісної продукції, яка відповідає всім міжнародним стандартам, з використанням екологічно чистої сировини [2].

Таким чином, соціальна відповідальність сприяє не лише покращенню іміджу підприємства, але й забезпечує конкурентну перевагу на довгострокову перспективу та сприяє підвищенню ефективності бізнес-процесів на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Гогуля О.П., Кудінова І.П. Соціальна відповідальність бізнесу. – К.: Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. – 79 с.
2. Затейщикова О.О. Етапи формування стратегії соціальної відповідальності бізнесу // Бізнес Інформ. – 2014. – № 2. – С. 200–205.
3. Лазаренко О., Колишко Р. Посібник з КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності. – К.: Енергія, 2008. – 96 с.
4. Саприкіна М., Ляшенко О., Саєнус М. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник. – К.: Вид-во «Фарбований лист», 2011. – 480 с.