

Брич В. Я.,
Смачило І. І.

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто умови функціонування підприємств в сучасній економіці, суть та напрямки впровадження соціальної відповідальності для цілеспрямованого та безперервного розвитку підприємств.

Розкрито переваги, які надає для підприємства реалізація соціальної відповідальності. Зосереджено увагу на матриці доцільності, яка допомагає виявити ключові елементи доцільності соціально відповідального бізнесу.

Розглянуті перспективи подальшого розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес-середовище, матриця доцільності, підприємство, внутрішнє та зовнішнє середовища.

1. Вступ

Економіка України на сучасному етапі характеризується трансформаційними процесами, через перебіг яких постійно змінюються умови функціонування підприємств. Цілеспрямований та безперервний розвиток підприємств, який підтримує рівень економічних, виробничих, технічних, соціальних показників у межах, визначених впливом зовнішнього та внутрішнього середовищ, потребує врахування інтересів споживачів, підлеглих, суспільства, партнерів, працівників, постачальників, менеджерів, акціонерів. Тому соціальна відповідальність є стратегічним напрямком соціального розвитку підприємств.

Однак, для більшості вітчизняних підприємств, соціальна відповідальність не є щоденною практикою. Це свідчить про існування проблем щодо її використання і дає можливість визнати актуальним науковим напрямком.

2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми

Проблеми соціальної відповідальності досліджувалися в роботах Дж. Акерлофа, Г. Боуена, П. Друкера, О. О. Лазаренка, Р. Ф. Пустовійта. Даними питаннями займалися О. А. Грішнова [1], О. В. Дудкін [2], А. Г. Зінченко [3], С. В. Мельник [4], Ю. Н. Петрушенко [5], В. М. Шаповал [6] та інші.

Так, Грішнова О. А. та деякі інші вчені зосереджують свою увагу на тому, що соціальна відповідальність бізнесу — це відповідальність компаній за суспільну корисність своєї діяльності перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє в процесі функціонування, та перед суспільством загалом.

Дудкін О. В. розглядає її як складну багатокомпонентну систему принципів діяльності бізнес-організацій, процесів соціальної взаємодії, а також соціальних заходів та їх результатів.

Мельник С. В. зазначає, що соціальна відповідальність — це сфера діяльності підприємства, яка характеризується вирішенням соціально значущих проблем як у самому бізнесі, так і за його межами, тобто на

виробничому (локальному), місцевому, регіональному та національному рівнях.

Незважаючи на високу наукову і практичну цінність фундаментальних праць вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, нестабільність умов господарювання потребує подальшого вивчення питань ставлення та розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Метою статті є обґрунтування соціальної відповідальності на сучасному етапі розвитку вітчизняних підприємств.

Для досягнення поставленої мети необхідно:

1. Розглянути умови функціонування підприємств в сучасній економіці, суть та напрямки впровадження соціальної відповідальності для цілеспрямованого та безперервного розвитку підприємств.

2. Розкрити переваги, які надає для підприємства реалізація соціальної відповідальності. Виявити ключові елементи доцільності соціально відповідального бізнесу.

3. Виокремити перспективи подальшого розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

3. Результати досліджень соціальної відповідальності

В умовах високого динамізму зовнішнього середовища сучасне підприємство може стати ефективним завдяки своїй здатності пристосовуватися до змін. Відповідність внутрішнього середовища підприємства вимогам зовнішнього середовища як найважливішого чинника ринкового успіху спонукає підприємство до постійної трансформації. Підвищення темпів зміни сучасних ринків сприяє необхідності підвищувати темпи змін внутрішнього середовища підприємства. При цьому зміна внутрішнього середовища має бути адекватною поточним і майбутнім змінам зовнішнього середовища. Тому для окремого підприємства важливо вести господарську діяльність за допомогою засобів взаємодії між суспільством та бізнесом.

Підприємства — соціально-економічні інститути. У бізнес-середовищі все частіше висловлюються заяви про те, що підприємства здійснюють соціально відповідальну діяльність з метою забезпечення іміджу

в майбутньому, їхнього позитивного впливу на суспільство, перетворення в органічну його частину так і зростання конкурентоспроможності.

Соціальна відповідальність — це складний багатоаспектний феномен. Його трактують, як зобов'язання, які добровільно беруть на себе компанії, підприємства, бізнес-групи для вирішення суспільно значущих проблем, як у межах самої бізнес-спільноти, так і за її межами, тобто на виробничому, муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях [4].

В цілому соціальна відповідальність — це концепція, згідно з якою підприємство має враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище, споживачів, працівників, партнерів, постачальників, менеджерів та інше.

Соціальна відповідальність є самостійним видом відповідальності, якому притаманні специфічні риси. У широкому розумінні соціальна відповідальність є сукупністю різних її видів — економічної, політичної, правової, моральної та іншої. У вузькому сенсі — це специфічні характеристики, які відображають міру, ступінь прийняття будь-яким соціальним суб'єктом, групою соціальних цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою мінімізації можливості нанесення збитку у сталому розвитку як суспільства в цілому, так і окремих спільнотам, особистостям. Це — надання переваги інтересам широких верств населення, навіть коли вони не співпадають з інтересами бізнес-середовища. Це широке поняття, що передбачає врахування вимог як суспільства в цілому, так і всіх його структурних елементів. Його не можна звести до окремого виду відповідальності.

Соціальна відповідальність вітчизняних підприємств, як правило, розвивається за двома напрямками: внутрішнім (спрямованим у середину підприємства) та зовнішнім (спрямованим на розвиток зовні). Внутрішній напрямок передбачає реалізацію соціальних проектів (соціальне страхування, надання коштів на оздоровлення та лікування), безпека праці, стабільність заробітної плати, програми підготовки та підвищення кваліфікації (сприяють зменшенню плинності кадрів та залученню кращих спеціалістів), безпосереднє надання послуг працівникам, тренінги, стажування персоналу та інше.

Зовнішній напрямок передбачає благодійність та спонсорство (гранти), охорону навколишнього середовища, відповідальність перед споживачами товарів та послуг, взаємодія з місцевою владою (партнерські проекти), участь в кризових ситуаціях, волонтерська діяльність та інше.

Соціальна відповідальність в системі управління підприємством дозволяє ефективно узгоджувати інтереси сторін, шляхом використання програм соціального інвестування, інститутів партнерства та соціального діалогу, інструментів нефінансової звітності.

Перевагами впровадження соціальної відповідальності є: поліпшення іміджу підприємства; можливість встановлення партнерських відносин між підприємством, владою і громадськістю; зростання довіри покупців до діяльності підприємства, його товарів і послуг; зростання професіоналізму працівників; можливість створення безпечного середовища для діяльності та розвитку;

зростання вартості нематеріальних активів; відповідність світовим нормам і стандартам.

Недоліками впровадження соціальної відповідальності є: порушення принципу максимізації прибутку; витрати на соціальні потреби; відсутність досвіду вирішення соціальних проблем.

Однак, вплив недоліків на впровадження соціальної відповідальності можна суттєво зменшити або ліквідувати. Так, для отримання досвіду вирішення соціальних проблем можна проводити тренінги та безпосередньо приймати участь у проектах.

Головна відповідальність підприємств — це забезпечення функціонування і розвитку. Сталий розвиток підприємства спричиняє поглибленням рівня соціальної відповідальності. Однак підприємства, що знаходяться на межі виживання будуть скорочувати соціальні витрати до мінімуму. Крім того, скорочення витратів на соціальну відповідальність менше стосується підприємств, для яких соціально відповідальна поведінка є традиційною. Не дивлячись на зміни, ці підприємства збережуть досягнутий рівень. Інша ситуація стосується підприємств для яких соціальна діяльність є відносно новим напрямком. Такі підприємства можуть мати проблеми, які пов'язані із скороченням фінансування на соціальні заходи. В ситуаціях коли неможливо зменшити вплив негативних тенденцій та досягти результативності при впровадженні соціальної відповідальності, основним соціальним обов'язком підприємства є ефективне виконання покладених на нього функцій.

Однак, будь-які зміни поряд з негативними тенденціями мають і позитивні можливості. Фінансові труднощі спричинятимуть використання підприємствами ініціатив з боку партнерів, стимулюватимуть покращення стратегії та оптимізації заходів соціальної відповідальності.

Зауважимо, що основними суб'єктами впровадження соціальної відповідальності є великі підприємства. На більшості вітчизняних підприємств спостерігається недооцінка власниками та керівниками ролі соціальної відповідальності в отриманні конкурентних переваг, а впровадження соціальної відповідальності у практику управління відбувається лише щодо дотримання обов'язкових (законодавчо визначених) норм. На великих підприємствах у складі відділу з управління соціальною відповідальністю доцільно створити групи з реалізації соціальних програм та проектів, розробки соціальної звітності. До їх складу доцільно включити представників відділів підприємства профільного спрямування. Це сприятиме залученню працівників до процесу управління соціальною відповідальністю на підприємстві.

На сьогодні пріоритетними напрямками соціальної активності вітчизняних підприємств є: підготовка та розвиток персоналу; інвестиційні заходи з охорони здоров'я та ресурсозберігаючих технологій; сплата податків та інших платежів, що спрямовуються державою на реалізацію соціальних цілей. Для більшості з них, основним стимулом щодо впровадження соціальної відповідальності є пільгове оподаткування.

Для вітчизняних підприємств, незважаючи на додаткові витрати, правильно впроваджена соціальна відповідальність може забезпечити низку конкурентних переваг: підвищення інвестиційної привабливості, збільшення обсягів продажу та прибутків, поліпшення процесів прийняття рішень та управління ризиками,

оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, зростання продуктивності та якості, ефективна база людських ресурсів, покращення репутації, більша лояльність покупців, поліпшення фінансових та економічних показників діяльності та інші.

Здебільшого соціальна відповідальність вітчизняних підприємств сприймається як захід, що не потребує особливих затрат, а не як інструмент управління сучасним підприємством.

Для того, щоб визначити переваги соціальної відповідальності можна скористатися матрицею доцільності, складеною компанією Sustain Ability на основі аналізу компаній у країнах Центральної та Східної Європи [7].

Ця матриця допомагає виявити ключові елементи доцільності соціально відповідального бізнесу. Вона створена на основі двох груп факторів: з одного боку, фактори успіху бізнесу, з іншого — фактори, пов'язані із сталим розвитком. Фактори, які свідчать про максимальну доцільність упровадження соціально відповідального бізнесу. Перетин факторів сталого розвитку та факторів успіху бізнесу надає можливість визначити умову доцільності соціальної відповідальності бізнесу.

Інформацію про реалізовані соціальні програми та соціальні інвестиції [8], виконання зобов'язань перед працівниками, суспільством у цілому, про показники економічної та соціальної діяльності доцільно розміщувати у звітності із зазначенням кількісних та вартісних значень. На основі тільки загальної інформації неможливо оцінити зусилля підприємства щодо реалізації заходів соціального характеру.

Сталий розвиток в довгостроковій перспективі [9, 10], зростання продуктивності праці, просування товарів та послуг на ринку, вихід на міжнародні ринки цінних паперів, залучення кредитів, розвиток персоналу, підвищення іміджу спонукають вітчизняних підприємств ставати більш соціально відповідальними: приймати будь-які управлінські рішення із врахуванням соціальних та економічних наслідків.

4. Обговорення результатів дослідження соціальної відповідальності підприємств

В дослідженні соціальну відповідальність підприємства розглянемо як засіб покращення бізнес процесів, технологій, іміджу підприємства, підвищення мотивації та продуктивності працівників, поліпшення економічних показників підприємства, підвищення ефективності управління та конкурентної спроможності підприємства, мінімізації ризиків та забезпечення сталого розвитку. Однак для оцінки соціальної відповідальності необхідно було б використати систему показників.

Вирішення проблем соціальної відповідальності сприятиме запобіганню можливим протиріччям у взаємовідносинах вітчизняних товаровиробників, влади та суспільства.

5. Висновки

В результаті проведених досліджень:

1. Розглянуто умови функціонування вітчизняних підприємств, які характеризуються динамізмом зовнішнього середовища. Соціальна відповідальність — це складний багатоаспектний феномен. Його трактують, як зобов'язання, які добровільно беруть на себе компанії,

підприємства, бізнес-групи для вирішення суспільно значущих проблем, як у межах самої бізнес-спільноти, так і за її межами, тобто на виробничому, муніципальному, регіональному, національному та глобальному рівнях, Напрямки впровадження соціальної відповідальності для цілеспрямованого та безперервного розвитку підприємств є підготовка та розвиток персоналу; інвестиційні заходи з охорони здоров'я та ресурсозберігаючих технологій; сплата податків та інших платежів, що спрямовуються державою на реалізацію соціальних цілей.

2. Переваги, які надає для підприємства реалізація соціальної відповідальності: підвищення інвестиційної привабливості, збільшення обсягів продажу та прибутків, поліпшення процесів прийняття рішень та управління ризиками, оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат, зростання продуктивності та якості, ефективна база людських ресурсів, покращення репутації, більша лояльність покупців, поліпшення фінансових та економічних показників діяльності та інші. Для визначення переваг соціальної відповідальності можна скористатися матрицею доцільності, складеною компанією Sustain Ability на основі аналізу компаній у країнах Центральної та Східної Європи.

3. Зважаючи на те, що соціальна відповідальність вітчизняних підприємств є об'єктивною необхідністю в сучасних трансформаційних умовах, вона потребує подальшого вдосконалення у таких напрямках: включення в систему державного регулювання законодавчо закріплених правових норм стимулювання процесу соціальної відповідальності; розширення інформаційного простору з метою дослідження стану соціальної відповідальності вітчизняних підприємств; підвищення підготовки кадрів для реалізації програм соціальної відповідальності.

Література

1. Колот, А. М. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку [Текст]: монографія / А. М. Колот, О. А. Гришнова та ін.; за ред. А. М. Колота. — К.: КНЕУ, 2012. — 501 с.
2. Дудкін, О. В. Трансформація сутності соціальної відповідальності підприємства в умовах економічної нестабільності [Текст] / О. В. Дудкін // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка та менеджмент». — 2010. — № 5/1. — С. 150–155.
3. Зінченко, А. Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005–2010: стан та перспективи розвитку [Текст] / А. Г. Зінченко, М. А. Саприкіна. — К.: Фарбований лист, 2010. — 56 с.
4. Мельник, С. В. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу [Текст] / С. В. Мельник, Д. Д. Чумаков, М. М. Мартиненко. — Луганськ: ДУН-ДІ СТВ, 2012. — 27 с.
5. Петрушенко, Ю. М. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності [Текст] / Ю. М. Петрушенко, О. В. Дудкін // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. — Вип. 37–3. — 2009. — С. 25–31.
6. Шаповал, В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою [Текст]: монографія / В. М. Шаповал. — Дніпропетровськ: ДВНЗ «НГУ», 2011. — 357 с.
7. Воробей, В. Матриця умов доцільності розроблена компанією SustainAbility, визначення факторів, важливих для країн ЦСЄ [Електронний ресурс] / В. Воробей. — Режим доступу: \www/URL: www.sustainability.com/developing-value/executive-summary1.asp.
8. Investment and enterprise responsibility review. Analysis of investor and enterprise policies on corporate social responsibility [Electronic resource]. — United Nations, New York and Geneva, 2010. — 95 p. — Available at: \www/URL: http://unctad.org/en/docs/diaeed20101_en.pdf.

9. Meznar, M. Social responsibility and strategic management: toward an enterprise strategy classification [Text] / M. Meznar, J. J. Chrisman, A. B. Carroll // Academy of Management Proceedings. — 1990. — Vol. 1990, № 1. — P. 332–336. doi:10.5465/ambpp.1990.4980184.
10. Полякова, О. М. Особливості формування і розвитку соціальної відповідальності підприємств в Україні [Текст] / О. М. Полякова, П. Ю. Кас // Вісник економіки транспорту і промисловості. — 2010. — Вип. 32. — С. 284–289.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Рассмотрены условия функционирования предприятий в современной экономике, суть и направления внедрения социальной ответственности для целеустремленного и непрерывного развития предприятий. Раскрыты преимущества, которые предоставляет для предприятия реализация социальной ответственности. Сосредоточено внимание на матрице целесообразности, которая помогает обнаружить ключевые элементы целесообразности социально ответственного бизнеса.

Рассмотренные перспективы последующего развития социальной ответственности отечественных предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес-среда, матрица целесообразности, предприятие, внутренняя и внешняя среды.

Брич Василь Ярославович, доктор економічних наук, професор, кафедра міжнародного бізнесу і туризму, Тернопільський національний економічний університет, Україна, e-mail: v_brych@mail.ru.
Смачило Ірина Ігорівна, кандидат економічних наук, старший викладач, кафедра міжнародного бізнесу і туризму, Тернопільський національний економічний університет, Україна, e-mail: sm_iryua@ukr.net.

Брыч Василий Ярославович, доктор экономических наук, профессор, кафедра международного бизнеса и туризма, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.
Смачило Ирина Игоревна, кандидат экономических наук, старший преподаватель, кафедра международного бизнеса и туризма, Тернопольский национальный экономический университет, Украина.

Brych Vasyl, Ternopil National Economic University, Ukraine, e-mail: v_brych@mail.ru.
Smachylo Iryna, Ternopil National Economic University, Ukraine, e-mail: sm_iryua@ukr.net

УДК 005.5 : 658.26

DOI: 10.15587/2312-8372.2014.28110

Пудычева Г. А.

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ ПОЛОЖЕНИЙ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА

В статье предложено новое направление в рамках концепции контроллинга. Приведено авторское определение энергетического контроллинга. Обозначены цели энергетического контроллинга и его место в общей системе управления энергетическим хозяйством предприятия. Рассмотрены инструментальный контроллинга и показана возможность его использования в управлении энергетическим хозяйством.

Ключевые слова: контроллинг, энергетическое хозяйство, энергетический менеджмент, устойчивость, управление.

1. Введение

Современные условия хозяйствования ставят перед предприятиями ряд вызовов, среди которых одним из самых главных является задание повышения энергетической эффективности. Поиск альтернативных вариантов энергообеспечения, а также необходимость внедрения энергосберегающих мероприятий обусловлены не только проблемами, связанными с удорожанием традиционных энергетических ресурсов, но и усилением требований к экологичности энергетики.

Безусловно, действия предприятий, направленные на повышения эффективности работы энергетических хозяйств, не могут осуществляться без системных изменений в их управлении, что должно быть достигнуто посредством использования новых методов и подходов. Важное место среди них на сегодняшний день занимает контроллинг как системная концепция управления предприятием. Решая задания из разных сфер деятельности предприятия, контроллинг в состоянии обеспечить под-

держку внутреннего равновесия структурных элементов предприятия для успешного осуществления стратегических заданий, в том числе, и в сфере энергопотребления. Этим обосновывается актуальность данной работы.

2. Анализ литературных данных и постановка проблемы

В отечественной и зарубежной научной литературе значительный вклад в разработку концепции контроллинга внесли такие ученые, как П. Хорват [1], Д. Хан [2], Э. Майер [3], А. М. Карминский, Н. И. Оленев, А. Г. Примак, С. Г. Фалько [4], М. С. Пушкарь, Р. М. Пушкарь [5], О. О. Терещенко [6], О. А. Дегтярева [7, 8] и др.

Изучение и критический анализ опубликованных работ по вопросам использования контроллинга в управлении предприятиями свидетельствуют, что решение заданных разных функциональных подразделений предприятий способствует выделению отдельных направлений в рамках концепции контроллинга таких, как финансовый,