

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Сазонова Тетяна Олександрівна,**  
доцент кафедри менеджменту  
Полтавська державна аграрна академія  
**Галинець Ірина Вікторівна,**  
здобувач вищої освіти  
Полтавська державна аграрна академія

Соціальна відповідальність – складна, комплексна морально-правова, філософська і етико-психологічна категорія, яка вивчається багатьма науками, але під різними кутами зору. Соціальна відповідальність завжди пов'язана з необхідністю додержання сукупності принципів, норм, приписів, правил, вимог сформованих відповідно до з об'єктивних законів природи та суспільства. Таким чином, соціальна відповідальність виникає тоді, коли поведінка індивіда має суспільне значення і регулюється різними соціальними нормами.

Практика соціальної відповідальності бізнесу набуває все більшого значення та популярності. На наш погляд, досить прозорі аргументи на користь (та проти) практики соціально відповідальної діяльності компанії навів К. Девіс (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Аргументи за і проти проведення компанією політики соціальної відповідальності [1, с. 312-322; 2, с. 8]**

| Аргументи за                                                      | Аргументи проти                             |
|-------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1                                                                 | 2                                           |
| Довгострокова заінтересованість бізнесу в суспільному процвітанні | Відмова від всемірної максимізації прибутку |
| Підвищення суспільного іміджу конкретних компаній                 | Втрати від соціальної активності            |
| Підтримка життєздатності бізнесу як системи                       | Брак навичок вирішення соціальних завдань   |
| Послаблення державного регулювання бізнесу                        | Розмивання основних цілей бізнесу           |
| Відповідність бізнесу соціокультурним нормам                      | Послаблення міжнародного платіжного балансу |

| 1                                                                       | 2                                           |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| Зниження ризиків акціонерів щодо диверсифікації інвестиційного портфеля | Надмірна концентрація влади в руках бізнесу |
| Нові шляхи вирішення соціальних проблем (дайте бізнесу шанс!)           | Слабкість суспільного контролю              |
| Наявність у бізнесу необхідних ресурсів                                 | Брак широкої суспільної підтримки           |
| Можливість «конвертації» соціальних проблем у прибутковий бізнес        |                                             |
| Профілактика соціальних проблем ліпша за лікування                      |                                             |

Досліджуючи практику господарської діяльності СТОВ «Спілка Селян «Тростянець» Полтавського району, ми виявили ряд прогалин в управлінні соціальною відповідальністю. З метою їх усунення вважаємо доцільним запропонувати:

формувати стратегію бізнесу, базуючись на принципах соціальної відповідальності;

збільшити прозорість власної діяльності, шляхом удосконалення комунікаційних зв'язків всередині підприємства (наради, збори, формальні та неформальні зустрічі) та поза його межами (створення бізнес-сайту підприємства);

запровадження у практику управління мотивацією та лояльністю персоналу – соціального пакету;

реалізацію соціальних проектів.

Розглянемо дещо детальніше пропозицію, щодо впровадження соціального пакету для працівників у дію. Для СТОВ «Спілка селян «Тростянець» ми пропонуємо формувати соціальний пакет по принципу Пакет «Кафетерій». При цьому кожен співробітник має можливість вибрати один з декількох наборів соціальних пільг (табл. 2). При цьому користування складовою соціального пакету пропонується на умовах співфінансування, при цьому 70 % вартості пакету сплачує підприємство і 30 % – співробітник. Дана практика, на наш погляд, матиме явні переваги: послугу отримують тільки ті, хто в ній дійсно зацікавлений; послуга затребувана, що підвищує суб'єктивну цінність

соціального пакету для співробітника.

Таблиця 2

**Пропонований варіант Пакету «Кафетерій» для  
СТОВ «Спілка селян «Тростянець», 2019 р. [власна розробка]**

| Меню № 1                  | Меню № 2                   | Меню № 3                                     | Меню № 4                  | Меню № 5                   |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Тренінги, семінари        | Санаторно-курортна путівка | Безпроцентна позика у розмірі до 20 тис. грн | Оплата мобільного зв'язку | Санаторно-курортна путівка |
| Оплата мобільного зв'язку | Медичне страхування        | Оплата путівки для дитини                    | Медичне страхування       | Оплата путівки для дитини  |
| Туристичні путівки        | Пільгове кредитування      | Тренінги, семінари                           | Пільгове кредитування     | Пільгове кредитування      |

Зазначимо, що наявність соціального пакету – своєрідний знак якості підприємства, що свідчить про серйозність даного підприємства, рівень його добробуту, турботу про власний імідж, орієнтовану на персонал корпоративної культури і, отже, соціальну відповідальність.

Зазначимо, що соціально відповідальний бізнес в довгостроковій перспективі дає змогу нарощувати ефективність використання персоналу, збільшувати обсяги реалізації (через розширення ринків, збільшення якості, зростання лояльності споживачів), підвищувати власний імідж, активно залучати інвестиції, в т. ч. іноземні тощо.

**Список використаних джерел:**

1. Davis K. (1973) The case for and against business assumption of social responsibilities *Academy Management Journal*. vol. 16. no 2. pp. 312-322. Available at: <http://57ef850e78fea47e42-3eada556f2c82b951c467be415f62411.r9.cf2.rackcdn.com/Davis-1973-ForAnd%20Against.pdf> (accessed 25 September 2018)

2. Kolot A. M. (2013) Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretychnykh pohliadiv [Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views]. *Naukovyi visnyk Kyivskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu im. Vadyma Hetmana. Serii: Ekonomichna teoriia* [Scientific herald of the Kiev National Economic University named after. Vadim Hetman Series: Economic theory]. no 4, pp. 5–26. – Available at: <http://www.irbis-nbuv.gov.ua>