

УДК 005.35:334.735

Сазонова Т. О., кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту

Галинець І. В., здобувач вищої освіти

Переверзев С. С., здобувач вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПРОЯВ ЙОГО КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

В статті представлено дослідження проблем формування соціальної відповідальності підприємства в сучасному бізнес-середовищі. Визначений взаємозв'язок соціальної відповідальності організації та її корпоративної культури управління. Обґрунтована необхідність формування корпоративної культури сучасної організації на основі корпоративної соціальної відповідальності. Визначено перелік заходів, які можна віднести до основних напрямів кадрової та соціальної політики організації, підприємства, яке бажає функціонувати на засадах соціальної відповідальності в сучасних вітчизняних бізнес-умовах.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна культура, персонал, соціальна політика.

Сазонова Т. А., кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента

Галинец И. В., соискатель высшего образования

Переверзев С. С., соискатель высшего образования

Полтавская государственная аграрная академия

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ЕГО КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

В статье представлено исследование проблем формирования социальной ответственности предприятия в современной бизнес-среде. Определена взаимосвязь социальной ответственности организации и ее корпоративной культуры управления. Обоснована необходимость формирования корпоративной культуры современной организации на основе корпоративной социальной ответственности. Определен перечень мероприятий, которые можно отнести к основным направлениям кадровой и социальной политики организации, предприятия, желающего работать на принципах социальной ответственности в современных отечественных бизнес-условиях.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративная культура, персонал, социальная политика.

Sazonova T. O., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor,
Department of Management

Galints I.V., student

Pereverzev S. S., student

Poltava State Agrarian Academy

THE ENTERPRISE'S SOCIAL RESPONSIBILITY AS A CIRCULATION OF ITS CORPORATE CULTURE

In the article the research of forming' problems of the enterprise's social responsibility in the modern business environment are presented. The relationship of social responsibility of the organization and its corporate culture of management was determined. The necessity of forming a corporate culture of a modern organization on the basis of corporate social responsibility was substantiated. The list of measures that can be attributed to the main directions of personnel and social policy of an organization, an enterprise that wants to function on the basis of social responsibility in modern domestic business conditions were determined.

Key words: social responsibility, corporate culture, personnel, social policy.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. В сучасному бізнес-середовищі все більша

увага приділяється етичному веденню бізнесу. Укріплюється переконання, що підвищення рівня життя як співробітників організацій, підприємств, так і їх сімей та суспільства в цілому – це завдання не лише держави, але й кожного господарюючого суб'єкта. Успішне їх функціонування сприяє не лише зростанню добробуту власників та учасників виробничого процесу, але й здійснює внесок в розвиток економіки нашої держави, а, отже, і суспільства країни зокрема. Але, все це можливо лише за умов наявності в організації, підприємства стратегії корпоративної соціальної відповідальності і дотримання принципів політики сталого розвитку. Фактично, наразі головним завданням, яке постає перед організацією є результативне та ефективне поєднання економічних і соціально-культурних чинників в основі її бізнес-стратегії.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Серед дослідників проблематики категоріального визначення поняття «соціальна відповідальність», особливостей її впровадження і проявів присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, як: Г. Р. Боуена, Т. М. Герета, Р. Грей, К. Девіса, Л. А. Грициної, А. М. Колота, Т. В. Корягіної, А. М. Луценко, Н. В. Марущак, О. П. Патинок, І. М. Ребрій, С. Л. Решновецького, О. М. Романухи, С. В. Сидоренко, Н. А. Супрун, Г. В. Товканець, Т. О. Чепульченко, З. П. Урусової, І. В. Шевчука та інші.

Щодо питань формування та управління корпоративної культури, то цей напрямок досліджень обрали: Ю.В. Бугаєвська, Дж. Л. Гібсон, О. Л. Єськов, Т. І. Койчева, І. П. Коршунова, С. А. Михайлина, Р. Т. Моран, С. О. Прядка, О. І. Синицька, В. В. Смирнов, Т. О. Соломанідіна, П. Р. Харіс, Г. Л. Хаєт, Л. Г. Хаєт, Е. Х. Шейн, С. В. Щербина та інші.

Згадані дослідники внесли кожен свій внесок різної значимості в дослідження понять та феномену соціальної відповідальності підприємства в сучасному світі, формуванню та функціонуванню успішної корпоративної культури, але, на наш погляд, доцільно розглядати ці два елементи не лише як окремі управлінські сфери, але й як невід'ємні складові єдиного цілого. Незалежно від типу обраної корпоративної культури, вона має формувати високий рівень соціальної відповідальності.

Цілі статті. Метою дослідження є доведення необхідності формування корпоративної культури сучасної організації, підприємства на засадах корпоративної соціальної відповідальності.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Соціальна відповідальність – складна, комплексна морально-правова, філософська і етико-психологічна категорія, яка вивчається багатьма науками, але під різними кутами зору. Згідно визначення Економічного словника: «відповідальність соціальна (англ. social responsibility) – визначений рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми суспільства з боку організації» [1, с. 44].

Розглянемо деякі найпоширеніші підходи до соціальної відповідальності, сформовані сучасними дослідниками (табл. 1).

Отже, соціальна відповідальність завжди пов'язана з необхідністю додержання сукупності принципів, норм, приписів, правил, вимог сформованих відповідно до об'єктивних законів природи та суспільства.

За допомогою рис. 1. наведемо основні риси соціальної відповідальності. Соціальна відповідальність підприємства залежить від соціальної відповідальності його керівництва та персоналу в цілому. Зазначимо, що відповідальність особистості тісно пов'язана з її рівнем самосвідомості, яка, в свою чергу, пов'язана зі ступенем свободи особи (її відчуттям цієї свободи), ставленням до себе та оточуючого світу, рівнем контролю та самоконтролю. Але варто відзначити, що ці зв'язки є неоднозначними, адже описані відчуття можуть змінюватися у зв'язку з індивідуальним розвитком особистості.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності поняття «соціальна відповідальність»

Автор (-и), джерело	Визначення поняття «соціальна відповідальність – це...»
Поляков А. В. [2, с. 617]	зовнішня негативна реакція суспільства на порушення соціальних норм, що призводить до порушення соціальних комунікацій
Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. [3, с. 129]	вимога до особи оцінювати власні наміри і обирати той вид поведінки, котрий відповідає нормам, встановленим задля досягнення інтересів суспільства. У разі порушення даних норм особа повинна бути готовою звітувати перед суспільством і нести відповідне покарання
Р. Л. Хачатуров, Д. А. Липинський [4]	обов'язок суб'єктів суспільних відносин дотримуватись вимог соціальних норм, реалізується в їх правомірній поведінці, а у випадках безвідповідальної поведінки, яка не відповідає приписам цих норм, що веде до порушення громадського порядку, – накладення на винного позбавлень особистого або майнового характеру
А. Ф. Плахотний [5, с. 74]	соціальний механізм контролю, користуючись яким суспільство забезпечує узгодження особистих і суспільних інтересів, спрямовує поведінку людей у необхідне, суспільно корисне русло.
Т.О. Чепульченко [6].	виникає тоді, коли поведінка індивіда має суспільне значення та регулюється соціальними нормами. В процесі розвитку суспільства складаються відповідні відносини між людьми у вигляді взаємних прав та обов'язків.
І. М. Ребрій [7, с. 136].	у змісті соціальної відповідальності відображаються три аспекти взаємодії соціальних суб'єктів: характер виконання соціальним суб'єктом свого призначення та обов'язків; суспільне оцінювання дій або бездіяльності соціального суб'єкта (правова, моральна, політична, естетична та ін.); соціальні санкції, що застосовуються соціумом до соціального суб'єкта за соціальні наслідки діяльності або бездіяльності

Це необхідно враховувати при формуванні та управлінні корпоративною культурою організації, так як основу менеджменту сучасного підприємства та її існування, функціонування в цілому, становить особистість – її працівник.

Соціальна відповідальність охоплює внутрішнє і зовнішнє середовище організації, підприємства. Щодо корпоративної культури (не зважаючи на її рівні), вона, на наш погляд, більшою мірою орієнтована на внутрішнє середовище організації, її персонал, керівництво.

З одного боку стиль лідерства впливає на вибір типу організаційної культури, особливості її формування, а з іншого – впливає на нього. В цілому ж, мета корпоративної культури – допомогти персоналу більш продуктивно працювати, отримувати задоволення від праці.

Разом з тим, високо мотивований персонал дає очікувані керівництвом результати і навіть може їх перевершувати, а це, в свою чергу, веде до відповідної позитивної реакції лідерів – підвищення рівня матеріального забезпечення діяльності персоналу, поліпшення умов їх праці, відпочинку, забезпечення розвитку та кар'єрного зростання тощо, тобто соціальна відповідальність підприємства з площини «гасел» переходить в площину «реалізації, втілення».



Рис. 1. Основні риси соціальної відповідальності [складено на основі 8; 9, с. 94]

Визначимо коло факторів, на які здійснює вплив ефективна організаційна культура (рис. 2).

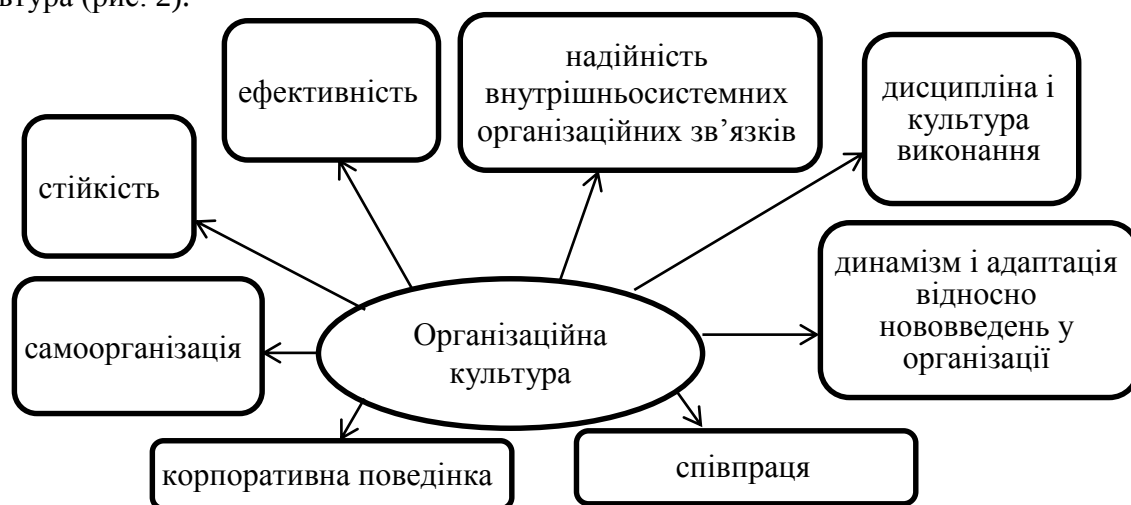


Рис. 2. Фактори діяльності підприємства, на які впливає організаційна культура [сформовано на основі 10, с. 724]

Необхідно зазначити, що такі фактори, як стійкість, ефективність, надійність внутрішньосистемних організаційних зв'язків, динамізм і адаптація відносно нововведень у організації є такими, які формують передумови для ведення соціально відповідальної діяльності підприємством. Наступні ж фактори: дисципліна і культура виконання, самоорганізація, корпоративна поведінка, співпраця – одночасно є факторами формування і проявами соціальної відповідальності.

Необхідність формування корпоративної культури підприємства в умовах сучасного динамічного бізнес-середовища на засадах соціальної відповідальності, на нашу думку розкривають дані табл. 2.

Таблиця 2

Взаємозв'язок складових внутрішнього середовища корпоративної соціальної відповідальності організації, підприємства та напрямків розвитку корпоративної культури в сучасних умовах

Складові внутрішнього середовища корпоративної соціальної відповідальності	Напрямки розвитку корпоративної культури
Екологічний менеджмент	Покладення в основу формування концепцію сталого розвитку
Охорона здоров'я та безпека праці	Створення безпечних, максимально ергономічних умов праці
Управління якістю	Побудова стратегії щодо вирішення критичних ситуацій та негараздів
Політика соціально-трудова відносин	Залучення співробітників до прийняття управлінських рішень
Організаційна структура представництва інтересів власників	Удосконалення лідерського «ядра». Соціальне партнерство
Програми мотивації та кар'єрного росту	Удосконалення кадрової політики (підбір персоналу, який розділяє корпоративні принципи та традиції)
Внутрішнє волонтерство	Взаємодопомога, взаємовиручка, внутрішньо організаційне кредитування, субсидування тощо
Етичні стандарти діяльності	Розвиток корпоративного духу підприємства, створення організаційного стилю та іміджу
Дотримання прав людини у відносинах з персоналом	Делегування працівникам більших повноважень та більшої відповідальності

Джерело: власна розробка на основі [11, с. 170; 12, с. 177]

Отже, у загальному сенсі соціальна відповідальність підприємства, організації передбачає виконання ними соціальних зобов'язань, що регламентуються і визначаються їх соціальним обов'язком перед працівниками, споживачами і суспільством в цілому, а також готовність нести відповідальність і здійснювати «необов'язкові» витрати на соціальні потреби керуючись моральними, етичними міркуваннями.

Як місію сучасного соціально відповідального підприємства можемо визначити наступну: за рахунок ефективної роботи підприємства підвищувати конкурентоспроможність вітчизняного бізнесу, та через відповідальне ставленням до власного персоналу і суспільства, сприяти максимальній реалізації людського потенціалу і поліпшенню основних сфер життя громадян України.

До основних напрямів кадрової та соціальної політики організації, підприємства, яке бажає функціонувати на засадах соціальної відповідальності, рекомендуємо віднести:

перехід до функціонування на засадах міжнародних стандартів якості (впровадження екологічного менеджменту та системи менеджменту професійної безпеки та охорони праці);

забезпечення гідного рівня реальних доходів працівників організації, підприємства;

волонтерська допомога пенсіонерам, в першу чергу, бувшим працівникам даної організації, підприємства;

своєчасні і повні розрахунки з бюджетами всіх рівнів;

турбота про освіту і професійний розвиток працівників, надання їм максимально

широких можливостей для реалізації творчого, інноваційного потенціалу;

спільне з органами місцевої влади створення і вдосконалення системи соціальних послуг високої якості, розвиток соціальної інфраструктури;

участь в регіональних, місцевих соціальних програмах, сприяння соціально-економічному розвитку регіону (міста, села, району);

створення умов для цільового кредитування співробітників;

організація і проведення культурних і спортивних суспільно значущих заходів;

турбота про здоров'я співробітників;

вирішення екологічних проблем міст і регіонів, в яких діють підприємства, організації;

формування системи корпоративної культури;

відродження духовних і моральних цінностей, турбота про підростаюче покоління.

Не зважаючи на очевидні стратегічні переваги функціонування бізнесу на засадах соціальної відповідальності, варто зазначити, що загальна картина соціальної відповідальності українського бізнесу не достатньо позитивна, оскільки корпоративна соціальна відповідальність знаходиться в процесі становлення. Це, на наш погляд, пов'язано з тим, що бізнес самостійно визначає міру своєї відповідальності за соціальний розвиток суспільства і довгий час концепція соціальної відповідальності не була популярною у вітчизняних бізнесових колах. Серед причин такого становища – затяжна економічна криза, застарілість моделей бізнесу, особливості менталітету, недостатня інноваційність, обмежене використання стратегічного планування тощо.

Висновки. Таким чином, ми можемо зробити висновок, що соціальна відповідальність як елемент корпоративної культури організації, підприємства складається з комплексу заходів, спрямованих на поліпшення умов життєдіяльності, як самої організації, підприємства, так і суспільства, держави в цілому. При формуванні соціальної відповідальності організації, підприємства необхідно застосовувати комплексний підхід: охоплювати всі сфери, реалізовувати різні види соціальної відповідальності, починати з окремої особистості (з її відповідальності) і «укрупнювати» до організаційної. Так виявляється прямий зв'язок між корпоративною культурою та корпоративною соціальною відповідальністю, адже, корпоративна культура – це система загальноприйнятих в організації уявлень і підходів до постановки завдань, до форм відносин і до досягнення результатів діяльності, які відрізняють дану організацію від всіх інших, формують індивідуальний образ у зовнішньому і внутрішньому середовищі її існування і функціонування.

Список використаних джерел

1. Завадський Й. С. Економічний словник / Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. – К. : Кондор, 2006. – 356 с.

2. Поляков А. В. Общая теория права. Феноменолого-коммуникативный подход : Курс лекций / А. В. Поляков. – 2. изд., доп. – СПб. : Юрид. центр Пресс, 2003. – 843 с.

3. Економічна теорія (Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка) : [Навч. посібник] / Білецька Л. В., Білецький О. В., Савич В. І. – 2-ге вид. перероб. та доп. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 688 с.

4. Хачатуров Р. Л. Общая теория юридической ответственности : [Монография][Электронный ресурс] / Р. Л. Хачатуров, Д. А. Липинский. – М. : Изд-во Р. Асланова «Юридический центр Пресс», 2007. – 1280 с. – Режим доступа : <https://www.litres.ru>

5. Плахотный А. Ф. Проблемы социальной ответственности / А. Ф. Плахотный. – К. : Вища шк., 1981. – 191 с.

6. Чепульченко Т.О. Соціальна відповідальність: поняття та сутність [Електронний

ресурс] / Т.О. Чепульченко. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2010. – № 1 (5). – С. 137–142. – Режим доступу : [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1\(5\)-23.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/6088/1/10-1(5)-23.pdf)

7. Ребрій І. М. Сутність і зміст соціальної відповідальності військовослужбовців Збройних Сил України / І. М. Ребрій // Вісн. Нац. юрид. акад. України ім. Ярослава Мудрого. Сер.: Філософії, філософія права, політології, соціології / редкол.: А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2011. – Вип. 9. – С. 133-146.

8. Зайчук О. В. Теорія держави і права. Академічний курс : [Підручник] [Електронний ресурс] / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко. – К. : Юрінком Інтер, 2006. – Режим доступу : http://www.ebk.net.ua/Book/law/zaychuk_tdp/part3/2401.htm

9. Луценко О. М. Сутність поняття «соціальна відповідальність бізнесу» та його видів / О. М. Луценко // Держава та регіони. – 2015. – № 1 (82). – С. 92-95.

10. Смирнов В. В. До питання визначення змісту поняття «корпоративна культура» / В. В. Смирнов, І. П. Коршунова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2011. – Вип. 1. – С. 721-726.

11. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник соціального залучення (в контексті цілей стратегії «Europe-2020») [Електронний ресурс] / Н. А. Супрун // Український соціум. – 2013. – № 2. – С. 163-176. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>

12. Кицак Т. Г. Інноваційні напрями розвитку корпоративної культури на вітчизняних підприємствах / Т. Г. Кицак, І. Ф. Коваленко // Соціально-трудові відносини: теорія та практика . – 2014. – № 1. – С. 172-178.