

УДК 338.64

Гетьман О.О.

*PhD in Economics (DE), кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економіки та соціально-трудо­вих відносин
Університету митної справи та фінансів*

Лучич Д.Ю.

студент

Університету митної справи та фінансів

МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

MECHANISM OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF METALLURGICAL ENTERPRISES

АНОТАЦІЯ

У статті розглянуто особливості побудови механізму соціальної відповідальності бізнесу на прикладі крупних металургійних підприємств. Охарактеризовано стадії і рівні формування соціальної відповідальності. Здійснено SWOT-аналіз механізму соціальної відповідальності українських металургійних підприємств. Визначено структурно-елементний склад механізму соціальної відповідальності бізнесу для металургійних підприємств. Окреслено пріоритети у становленні дієвих соціально орієнтованих механізмів функціонування підприємств в ієрархічному ринковому середовищі.

Ключові слова: соціальна відповідальність, бізнес, влада, спільнота, соціально відповідальна позиція.

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрены особенности построения механизма социальной ответственности бизнеса на примере крупных металлургических предприятий. Охарактеризованы стадии и уровни формирования социальной ответственности. Осуществлен SWOT-анализ механизма социальной ответственности украинских металлургических предприятий. Определен структурно-элементный состав механизма социальной ответственности бизнеса для металлургических предприятий. Определены приоритеты в становлении действенных социально ориентированных механизмов функционирования предприятий в иерархической рыночной среде.

Ключевые слова: социальная ответственность, бизнес, власть, общество, социально ответственная позиция.

ANNOTATION

Features of the construction of the social responsibility mechanism of business on an example of the large metallurgical plants are considered in the article. Stages and levels of social responsibility formation have been described. SWOT-analysis of the social responsibility mechanism in Ukrainian metallurgical enterprises has been implemented. Structural and elemental composition of corporate social responsibility mechanism has been defined for metallurgical enterprises. Priorities in the development of effective mechanisms of functioning of socially oriented enterprises in the market hierarchic environment have been defined.

Keywords: social responsibility, business, government, society, socially responsible position.

Постановка проблеми. Сучасний стан соціально-економічного розвитку України засвідчує неефективність національної стратегії у соціальній політиці, яка б забезпечила формування гармонійних відносин між різними соціальними верствами та зростання якості життя населення. Відсутність системного підходу до формування державної соціальної політики, достатнього рівня державних соціальних гарантій, сучасного інструментарію для формування

пріоритетів соціальної політики та механізмів її реалізації призвели до стану суцільної соціальної безвідповідальності.

Питання соціальної відповідальності нині є актуальними для підприємств усіх форм власності та галузевої приналежності (особливо металургійних, оскільки вони є стратегічним осередком промислового розвитку держави). Сучасна трансформація економічних відносин і цінностей у суспільстві вимагає внесення змін до практики управління підприємствами, орієнтуючи їх на соціально відповідальне ставлення до найманих працівників, до клієнтів, до інституціонального та навколишнього середовища.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні питання формування механізму СВБ розглядали такі вчені, як: А. Аверин, І. Акімова, Н. Балтачєєва, В. Божкова, І. Бланк, Л. Будьонна, Л. Гришина, А. Костін, М. Кричевський, Е. Лібанова, С. Мельник, І. Соболева, М. Стародубська, Н. Супрун, П. Яницький та ін. Незважаючи на те що існує значна кількість публікацій та досліджень із даної проблематики, питання СВБ вимагають подальшого глибокого вивчення.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Як уже зазначалося, розкриття сутності механізмів соціальної відповідальності не є новим напрямом для вітчизняної науки; моделі соціально відповідального бізнесу наявні і у вітчизняній економіці. Але особливостей реалізації механізму в галузевому розрізі досі не створено, тому основним завданням нашого дослідження є вивчення особливостей механізму соціальної відповідальності в металургійній галузі промисловості.

Мета статті полягає у виявленні особливостей механізму формування соціальної відповідальності металургійних підприємств в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. До кінця ХХ ст. суспільство сформувало соціальні стандарти, відповідно, суб'єкти господарювання підійшли до становлення і розвитку цивілізованого соціального підприємництва, заснованого на новому спілкуванні, соціально орієнтованому партнерстві та здоровій конку-

ренції, на соціально відповідальних нормах перед суспільством, владою, громадянами (найманими працівниками і співробітниками); відбувається активний розвиток ділової культури у сфері виробництва, побуту, дозвілля. На даний час будь-яке велике підприємство зобов'язано нести відповідальність перед суспільством, де воно функціонує та розвивається, тому його головний обов'язок – залишатися потужним і ефективним на благо клієнтів, акціонерів і засновників, співробітників; робити основний внесок в економіку та добробут країни і суспільства. Невід'ємною частиною діяльності підприємства стає формування нового образу підприємства (навіть HR-бренду), яке виконує соціальні обов'язки і піклується про те, щоб принести максимальну користь суспільству [1].

Усі підприємства по-різному пов'язані з громадянською: з мешканцями регіону, країни, світовою спільнотою. Схематично рівні формування соціальної відповідальності зображено на рис. 1.



Рис. 1. Систематизація взаємодії підприємств із суспільством: соціально відповідальна позиція
Джерело: складено автором за [2–4]

На першому рівні підприємство робить вагомий внесок у життя місцевого товариства завдяки своїй основній місії, яка розкривається в ефективному й етичному виробництві товарів і послуг, створює робочі місця, забезпечує відповідною заробітною платою та пільгами, сплачує податки до бюджету.

Другий рівень соціальної відповідальності розкриває такі дії: підприємство розвиває партнерські внутрішні стосунки: вкладає інвестиції в людський капітал (забезпечення охорони праці і здоров'я працівників, підвищення рівня їх кваліфікації), а також фінансує різні програми, спрямовані не тільки на працівника, але й на членів його родини та близьких родичів (поліпшення пенсійного і житлового забезпечення).

Третій рівень соціальної відповідальності – це діючі соціальні програми, які підприємства здійснюють разом з основною діяльністю: вони створюють сприятливі умови в регіоні (місті, де знаходяться) для поліпшення інфраструктури, благоустрою території і підвищують, таким чином, якість життя населення та умови існування місцевих жителів [2].

В умовах ринкових відносин система цілей соціально-економічної стратегії підпорядкована загальній меті підприємства: збільшення прибутку та забезпечення зростання багатства власників підприємств (акціонерів). Отже, метою економічної стратегії є підвищення прибут-

ку та власного капіталу підприємства до якомога максимального значення.

У всьому світі соціальна відповідальність є одним зі значних інструментів підвищення капіталізації підприємства, інструментом передбачення некомерційних ризиків, відкриває доступ до широкого кола інвестиційних ресурсів і допомагає добитися стійкого розвитку за трьома основними напрямками: екологічним, економічним та соціальним. Формування системи соціальної відповідальності – складний процес, який потребує багато часу та цілеспрямованих зусиль із боку компанії, який вкладається в послідовність здійснюваних рівнів її ієрархічного розвитку в ринковому середовищі (рис. 1).

Експерти єдині у своїх поглядах і виділяють п'ять рівнів соціальної взаємодії підприємств із суспільством. Перший – стадія оборони, на якій здебільшого підприємство не визнає своєї соціальної відповідальності та не вважає необхідним нести будь-яку відповідальність за негативний вплив на стан навколишнього середовища та суспільство, недотримання чинних норм трудового законодавства у стосунках зі своїми найманими працівниками тощо.

Неухильне дотримання закону – фундаментальний принцип будь-якого суспільства, прописаний у конституції будь-якої країни, тому підприємство, яке прагне до соціальної відповідальності, передусім має проаналізувати свою діяльність та привести її до повної відповідності із законодавством, що сприятиме його переходу до базової стадії соціальної відповідальності.

На наступних етапах відбувається поступове розширення змісту соціальної відповідальності за рахунок реалізації добровільних ініціатив, спрямованих на вирішення проблем соціально-економічного характеру, покращення екологічної ситуації, підвищення якості продукції та послуг, просування інновацій тощо. Коли система соціальної відповідальності тільки починає розвиватися, такі ініціативи є одиничними і не пов'язані з досягненням стратегічних цілей компанії. Це так звана функціональна стадія розвитку системи соціальної відповідальності. Поступово система соціальної відповідальності пронизує всю діяльність та включається до довгострокової стратегії розвитку підприємства. У результаті цього вона переходить на стратегічну стадію розвитку.

Громадянська стадія відповідає найвищому рівню і є найбільш прогресивною. Вона передбачає активні дії підприємств, спрямовані на просування моделі соціальної відповідальності в суспільстві, серед ділових партнерів, конкурентів, постачальників тощо. У результаті підприємство має стати провайдером ідей соціальної відповідальності, формуючи сприятливе середовище для подальших позитивних змін.

За визначенням Європейської Комісії, яке детально проаналізоване нами в роботі [5, с. 120], соціальна відповідальність – «концепція, згідно з якою підприємства інтегрують соціальні

та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодіють з усіма зацікавленими сторонами на добровільній основі». За останні роки розвитку моделі соціальної відповідальності в Україні підприємства переходять від декларування принципів ведення соціально орієнтованого бізнесу до втілення соціально орієнтованої стратегії шляхом реалізації різноманітних соціальних програм.

У нашому дослідженні сконцентровано увагу на діяльності саме підприємств металургійного комплексу. Доцільно говорити про існування специфічних рис, властивих даній сфері діяльності. Це викликано тим, що кожне підприємство самостійно шукає оптимальний варіант соціальної активності. При цьому кожна окрема компанія намагається досягти оптимального балансу соціальних інвестицій й економічної ефективності. Слід констатувати, що здійснення соціальної діяльності суб'єктами господарювання металургійної сфери здебільшого є вимушеною і необхідною реакцією на запит місцевої влади або обов'язковим заходом щодо нормалізації соціального стану в регіонах. Цьому сприяють відсутність із боку держави законодавчо встановлених норм, що її регулюють, відсутність чітких процедур, якими слід керуватися у виборі напрямів соціальної активності.

Зокрема, у дослідженні О.В. Черних визначено, що серед основних суспільних і виробничо-економічних чинників, які спонукають металургійні підприємства і компанії впроваджувати соціально відповідальні заходи, на першому місці стоять внутрішні переконання власників і/або менеджменту: морально-етичні міркування (62%) та внутрішні духовні спонукання, альтруїзм (38%). Однак вагомими є такі організаційно-економічні чинники, як зростання продажів компанії (37,9%), копіювання дій конкурентів (19,2%), запити з боку органів міс-

цевої влади та іноземних партнерів (18,9%) у процесі бізнес-діяльності [6]. Значно меншою мірою впливають на впровадження соціально відповідальних заходів прагнення до підвищення ділової репутації та іміджу компанії (8,8%), релігійні міркування (8,4%), вимоги професійних спілок (3,7%). Як не прикро, але виконання законів України не є чинником соціально відповідальної діяльності (0,1%). Отже, першим дієвим аргументом у провадженні моделі соціальної відповідальності є ціннісні морально-етичні причини, внутрішній вибір соціально відповідальної поведінки, а другим – економічні стимули. До цього додається неоднорідність складу та структури коштів, що витрачаються підприємствами на соціальні програми для власних працівників. Існує велика різниця у розмірах соціальних пільг, що отримують рядові працівники та висококваліфікований персонал, особливо на рівні топ-менеджменту – у 30–40 разів в окремих випадках або у 15 разів у середньому, на що вказано в дослідженні Л.І. Грициної [7]. Нарешті, існують суттєві розбіжності між суспільством і бізнесом щодо пріоритетності напрямів соціальної відповідальності. Треба зазначити, що традиційно металургійний бізнес займався соціальною діяльністю та суспільним розвитком територій розміщення для покращення стану працівників і формування їх позитивного сприйняття оточенням. Для цього етапу розвитку соціальної відповідальності характерно ухвалення рішень лише власником підприємства.

У нашому випадку показово характерним металургійним підприємством є ПрАТ «СВРАЗ ДМЗ» (м. Дніпро). Підприємство є вертикально інтегрованою металургійною та гірничодобувною компанією з активами в Росії, Україні, США, Канаді, Чехії, Італії і Південній Африці. Компанія входить до ТОП-20 найбільших ви-

Таблиця 1

SWOT-аналіз соціальної відповідальності українських металургійних підприємств

Strength (Сильні сторони)	Weakness (Слабкі сторони)
1. Галузь представлена крупними за розмірами підприємствами 2. Підприємства металургійної галузі мають можливість самостійно приймати рішення щодо залучення до моделі соціальної відповідальності 3. Реалізація моделі соціальної відповідальності відбувається в системі діалогу «влада – суспільство – бізнес»	1. Ототожнення поняття «соціальна відповідальність» із поняттям «благодійність» 2. Незначна питома вага підприємств, що складають нефінансову звітність 3. Відсутність на підприємствах фахівців у сфері соціальної відповідальності з розробки соціальних звітів. Більшість працівників цієї сфери є перевченими спеціалістами з PR, управління персоналом тощо 4. Низький рівень залученості до соціально-етичного ведення бізнесу 5. Непрозорість українських підприємств у своїй діяльності, зменшення податкової бази, відсутність контролю над соціальною відповідальністю бізнесу з боку суспільства
Opportunity (Можливості)	Threat (Загрози)
1. Прийняття законів, які б регулювали механізм соціальної відповідальності бізнесу 2. Успішна соціалізація бізнесу, що призведе до покращення рівня життя 3. Створення державної програми підтримки об'єктів соціального підприємництва 4. Формування нової генерації спеціалістів із соціальної відповідальності за допомогою запровадження спеціальних навчальних програм у ВНЗ	1. Відсутність позитивних результатів упровадження державної програми з підтримки вітчизняного підприємництва 2. Сприйняття представниками бізнесу законодавства у сфері соціальної відповідальності примусу

Джерело: складено автором за [5–7]

робників сталі у світі. У 2015 р. «ЄВРАЗ» виробив 15,9 млн. т сталі. Власна база залізної руди та коксівного вугілля практично повністю забезпечує внутрішні потреби підприємства. Компанія входить до провідного індексу Лондонської фондової біржі FTSE-100. У практиці діяльності підприємства вже передбачено здійснення соціальної відповідальності, акцент при цьому зроблений на організаційному управлінні, правах співробітників, трудових відносинах, чесності у відносинах «керівник – підлеглий», захисті довкілля, захисті прав споживачів, активній співпраці з ними.

Нами був проведений SWOT-аналіз моделі соціальної відповідальності бізнесу, притаманної моделі соціальної відповідальності металургійних підприємств (табл. 1), з якого видно, що основними проблемними для впровадження точки залишаються: низький рівень залученості до соціально-етичного ведення бізнесу; непрозорість українських підприємств у своїй діяльності; зменшення податкової бази; відсутність контролю над соціальною відповідальністю бізнесу з боку суспільства; відсутність на підприємствах фахівців із соціальної відповідальності з розробки соціальних звітів.

Отже, очевидно, що соціальна відповідальність уже давно стала невід'ємною складовою частиною вітчизняного крупного бізнесу і головним важелем для покращення соціального розвитку підприємств.

Класиком маркетингу Ф. Котлером було сформовано критерії, дотримання яких уможливило визначення соціально відповідального підприємства: 1) виготовлення та реалізація якісної (екологічної) продукції; 2) високий рівень фахівців, залучених до соціальної сфери підприємства; 3) добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, загальнодержавного і регіонального законодавства; 4) реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників; 5) реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу; 6) участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес [8].

З огляду на викладене вище, можна стверджувати, що покращення соціального розвитку підприємства, а разом із тим і формування дієвої соціальної політики для підприємства цілком можливе завдяки впровадженню соціальної відповідальності у повсякденну роботу підприємства, що, своєю чергою, буде корисним не лише для підприємства, а й для суспільства та держави.

Отже, доцільним є створення механізму розвитку соціальної відповідальності досліджуваної нами галузі та її характерного підприємства ПрАТ «ЄВРАЗ ДМЗ», в який мають входити такі елементи [9]:

– розробка нормативно-правових документів з однозначним тлумаченням соціальної відповідальності, критеріями її виміру та формами застосування;

– зміцнення організаційного складника на підприємствах, спрямованого на забезпечення реалізації моделі соціально відповідального бізнесу для соціально-економічного розвитку підприємства;

– формування позитивної думки і лояльності працівників щодо активної соціальної позиції;

– застосування адекватного податкового механізму, згідно з яким визначаються пільги в процесі реалізації соціальних програм.

Проте важливість упровадження механізму соціальної відповідальності на підприємствах сприймається по-різному. Проблемним є визначення критеріїв соціальної відповідальності, оскільки вони є умовними: те, що є для одного із суб'єктів є відповідальним, деякі можуть сприймати як безвідповідальне, адже ставлення до відповідальності є доволі суб'єктивним поняттям. На нашу думку, для вивчення та обґрунтування сучасних наукових теоретичних підходів до формування механізму соціальної відповідальності підприємств металургійної сфери та управління необхідно зосередити зусилля на вирішенні комплексу актуальних взаємопов'язаних завдань:

1) виявленні стимулів, мотиваторів, визначенні потенціалу і ресурсів соціальної відповідальності на рівні бізнес-структур;

2) обґрунтуванні нових форм і моделей меж соціальної відповідальності;

3) розробці стандартів, норм, індикаторів та критеріїв ефективності соціальної відповідальності;

4) визначенні механізмів і стратегій соціальної відповідальності суб'єктів господарювання металургійної сфери за напрямами, профілями, регіонами в національному та глобальному вимірі;

5) обґрунтуванні інноваційних проектів щодо реалізації різноспрямованих програм соціальної відповідальності.

Висновки. Проведене нами дослідження свідчить, що в умовах соціально орієнтованої економіки дедалі важливою стає модель успішної діяльності сучасного підприємства на основі активної соціалізації здійснюваного ним бізнесу, для якого важливим є не тільки раціональний складник управління за класичними принципами менеджменту, але й людський капітал, який, по суті, характеризується лояльністю, кваліфікацією, компетентністю, які є головним стратегічним ресурсом підприємства. Соціальна відповідальність розглядається нами як напрям дій щодо розвитку компетенції, лояльності й ефективності роботи персоналу у поєднанні із задоволенням потреб і очікувань інших зацікавлених у діяльності підприємства груп: власників, споживачів, бізнес-партнерів, громадськості тощо. Взавши на себе соціальну відповідальність, суб'єкти господарювання можуть отримати позитивні результати у соціально-економічному та іміджевому вимірах, що сприяє формуванню надійного партнерства,

отримання прибутку, отримання прихильності нових партнерів, поліпшення іміджу компанії. Отже, управління соціальним розвитком підприємства здійснюватиметься на вищому рівні.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Матвієнко П. Економіці України – інноваційно-інвестиційну модель / П. Матвієнко // Обрій-ПІБ. – 20-26 жовтня, 2005. – № 41(252).
2. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність, соціальна звітність та аудит, як сучасні інститути і технології соціального розвитку / А. Колот // Україна: аспекти праці. – 2010. – № 3. – С. 3–9.
3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська бізнес-студія. – 2005. – № 10. – С. 32–38.
4. Довідник соціально-відповідальних компаній України. – К. : КІС, 2007. – 170 с.
5. Гетьман О.О. Побудова механізму соціальної відповідальності вітчизняних підприємств / О.О. Гетьман, К.О. Косогор // Інноваційна економіка. – 2015. – № 5(60). – С. 118–123.
6. Черних О.В. Управління соціальною відповідальністю на великих підприємствах : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О.В. Черних. – Донецьк, 2012. – 26 с.
7. Грицина Л.І. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (машинобудування)» / Л.І. Грицина. – Харків, 2008. – 19 с.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства ; пер. з англ. С. Яринич. – К. : Стандарт, 2005 – С. 4.
9. Мандибура В. «Людський капітал» : об'єктивна економічна реальність чи ідеологема / В. Мандибура // Україна: аспекти праці. – 2009. – № 2. – С. 26–33.