



ПРОБЛЕМИ МОДЕРНІЗАЦІЇ УКРАЇНИ

Випуск 7

Матеріали

*Звітної науково-практичної конференції
“Теоретико-методологічні засади та соціальна практика
модернізації України: політичні, юридичні, економічні
та психологічні проблеми”
м. Київ, МАУП, 29 листопада 2018 р.*

*IV Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Проблеми і перспективи соціально-економічного
розвитку України в умовах європейської інтеграції”
м. Київ, МАУП, 14 листопада 2018 р.*

*Міжнародної наукової конференції
“Сучасні аспекти модернізації освіти в Україні:
стан, проблеми, тенденції розвитку”
м. Київ, МАУП, 7 грудня 2018 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2018

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 10 від 31.10.18)*

Редакційна колегія:

М. Н. Курко (голова), д-р юрид. наук, проф.;
Є. О. Романенко (заступник голови), д-р наук з держ. упр., проф.;
А. А. Ігнатченко (відповідальний редактор), канд. техн. наук;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
В. М. Воронін, д-р іст. наук;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук, проф.;
А. М. Кислий, д-р юрид. наук., проф.;
О. Л. Фещенко, канд. екон. наук, доц.;
Л. В. Янюк (виконавчий редактор)

*Матеріали подано в авторській редакції.
Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.*

Проблеми модернізації України : [зб. наук. пр.] / МАУП. — К.: ДП
“Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 7: Матеріали. звітн. наук.-практ. конф. “Теоретико-методологічні засади та соціальна практика модернізації України: політичні, юридичні, економічні та психологічні проблеми”, 29 листопада 2018 р.; IV Всеукр. наук.-практ. конф. “Проблеми і перспективи соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції”, 14 листопада 2018 р.; Міжнар. наук. конф. “Сучасні аспекти модернізації освіти в Україні: стан, проблеми, тенденції розвитку”, 7 грудня 2018 р. / редкол. : М. Н. Курко (голова) [та ін.]. — 2018. — 372 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичних конференцій з проблематики широкого кола аспектів процесу системної модернізації України.

Для науковців, громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави і світовим досвідом проведення модернізаційних процесів.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

© Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП), 2018
© ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2018

Дорошенко Л. С., Лапицька Н. І.

Удосконалення управління зайнятістю як передумова
збереження трудового потенціалу 193

Владика Ю. П.

Кризові явища: причини та наслідки 196

Середюк К. В.

Методичні засади управління корпоративною соціальною відповідальністю..... 199

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Домків Т. С., Чолишкіна О. Г.

Криптоаналіз алгоритмів шифрування з використанням технології CUDA 204

Рябокін Ю. М.

Впровадження технології блокчейн в Україні 207

Ліскін В. О.

Онтологічний інжиніринг систем електронного навчання 211

ІV ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

“Проблеми і перспективи соціально-економічного розвитку України

в умовах європейської інтеграції”

(14 листопада 2018 р.)

Буковинська М. П.

Ділова поведінка менеджера – як імпульс підвищення
ефективності діяльності підприємств..... 215

Братусь Г. А.

Оцінка світової практики здійснення розрахунків
із використанням платіжних карток..... 217

Кобржицький В. В.

Ризики зовнішньоекономічної діяльності та бізнес-планування 220

Козлова А. І.

Чинники, що стоять на заваді іноземному інвестуванню в економіку України 223

Колпаков В. М.

Проблеми людського розвитку в контексті євроінтеграційних процесів 226

Берестецька Л. М.

Деякі аспекти використання тренінгових технологій в підготовці менеджерів 230

Головач Н. В.

Професійна освіта як ключовий фактор розвитку трудового потенціалу України 233

Сомов Д. О.

Взаємозв'язок організаційної культури та стратегії організації..... 237

Бєлова А. І., Кокуба Є. М.

Теоретичні підходи до конкурентоспроможності підприємства
як засобу досягнення його стратегічної стійкості в умовах ринку..... 240

Бєлова А. И., Чайкара Анил

Целесообразность разработки бизнес-планирования продукции
предприятия в условиях рыночной экономики 244

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

Глобалізація ринку та перехід України до сталого економічного розвитку не лише визначають напрями управління новітніми технологіями у відповідних галузях, але й виступають об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Інтеграція нашої країни до європейського і світового співтовариств потребують певних змін в сучасній практиці управління корпоративною соціальною відповідальністю, виникає необхідність запровадити взаємодію не тільки держави і бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя та процесу управління загалом, потрібно створити певні умови для їх існування. Незважаючи на стрімке поширення впровадження КСВ в західних компаніях, на вітчизняних підприємствах ці процеси перебувають у зародковому стані, в першу чергу це пов'язано з відсутністю в Україні науково-методичних засад, загальноприйнятих стандартів і моделей корпоративної соціальної відповідальності. Українському бізнесу поки що не вистачає знань і чіткого уявлення всієї важливості впровадження такої діяльності, він недостатньо проінформований про переваги та користь, які можна почерпнути від впровадження методів та принципів соціальної відповідальності в умовах інформаційного суспільства, яке трактує сьогодні. Саме застосування новітніх бізнес-технологій, smart економіки з її принципами інтелектуалізації, інституціоналізації та виокремлення крос-культурних особливостей дасть змогу українському бізнесу вийти на новий рівень і сформувати сучасний імідж соціально-орієнтованої компанії.

В сучасних умовах наукове вивчення особливостей розвитку концепцій управління корпоративною соціальною відповідальністю у світі проводяться такими зарубіжними науковцями, як Г. Боуен, Д. Вайс, Д. Віндзор, Т. Доналдсон, Р. Каплан, А. Керол, Т. Левітт, Д. Нортон, М. Фрідман саме їхні праці є фундаментом класичного розуміння корпоративної соціальної відповідальності. Не можна залишити поза увагою і українських вчених, таких як: Матвійчук Л. О., Хорева Л. В., Остапенко Г. Ф., Петренко Ю. М., Шокола Я. В., Теодорович М. Л., Цуцьева О. Т., Гобозова А. Т. та іншими. Незважаючи на те, що різним аспектам розвитку та управління корпоративної соціальної відповідальності присвячено немало наукових праць, разом з тим, у теорії та практиці управління корпоративною відповідальністю, особливо в Україні, залишається багато проблемних і малодосліджених питань.

Метою статті є визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності, дослідження сучасного стану наукової думки стосовно методів та інструментів управління корпоративною соціальною відповідальністю, як економічної діяльності сучасного підприємства.

Особливості трактування поняття “соціальна відповідальність” в Україні визначає основні результати соціальної діяльності. Звертаючи увагу на думки дослідників соціальна відповідальність бізнесу є усвідомлення користі та ефективності від використання ринкових механізмів вирішення соціальних проблем у гармонійному поєднанні їх з державним регулюванням. Таким чином, активне й регулярне вико-

нання підприємствами соціально відповідальних заходів зменшить вплив сучасного державного впливу. Поштовхом до розвитку соціальної відповідальності бізнесу стала об'єктивна потреба підприємств, які зацікавлені у співпраці зі стейкхолдерами, у роботі висококваліфікованих спеціалістів, підвищенні своєї конкурентноздатності та певному інтересі бізнес-ангелів і партнерів до проявів їх активності. Вихід на внутрішній ринок великих іноземних компаній дав новий поштовх до розвитку соціальної відповідальності, в результаті чого почав формуватися вітчизняний інститут соціальної відповідальності, про що активно обговорюють як у ділових колах, так і на підприємствах загалом.

На сьогодні соціальна відповідальність в Україні знаходиться на стадії свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства. В Україні ще не сформувалася власна модель соціальної відповідальності. Це можна підтвердити результатами опитування підприємств щодо необхідності впровадження СВ: було виявлено, що лише половина опитаних (53,3 %) підтримують ідею запровадження політики соціальної відповідальності, 41,1 % – не вважають це за потрібне, а останні 5,6 % компаній зазначили, що не бачать ніякого сенсу в запровадженні такої практики. Майже третина вітчизняних компаній заявила, що не здійснює заходи із соціальної відповідальності й для більшості з них ці заходи не є актуальними через брак коштів. Кожна десята компанія вважає, що ця функція належить державі, а не бізнесу. І лише 29,6 % підприємств мають власну стратегію СВ [2, с. 47].

Корпоративна соціальна відповідальність на сьогодні є світовою тенденцією формування відповідального бізнесу з стійкою позитивною траєкторією розвитку, яка підкріплюється міжнародними договорами та відповідними організаціями, світовими та національними стандартами, а також суттєвим підвищенням відповідних очікувань суспільства до соціальновідповідального розуміння діловими колами завдань своєї діяльності.

Так наприклад Березіна О. Ю. [1, с. 98–100] пропонує методику визначення рейтингу соціальної відповідальності корпорації у сфері трудових відносин на основі кількісної оцінки КСВ. Рейтинг соціальної відповідальності корпорації визначається послідовно 1) через розрахунок часткових соціально-трудова показників (їх 24), згрупованих за шістьма предметними областями: загальні показники (індекс соціальної відповідальності, індекс перспективного розвитку, співвідношення соціальних інвестицій та прибутку тощо); показники зайнятості (частка звільнених протягом досліджуваного періоду з ініціативи роботодавця в загальній чисельності працівників, коефіцієнт плинності кадрів тощо); оплати праці (співвідношення середнього розміру заробітної плати працівників корпорації з середнім по галузі, частка витрат на оплату праці в собівартості продукції тощо); охорони праці (коефіцієнт виробничого травматизму, витрати на покращення умов праці в розрахунку на одного працівника корпорації тощо); навчання та охорони здоров'я працівників (витрати корпорації на охорону здоров'я працівників в розрахунку на одного працівника, частка працівників, що проходять щорічний медичний огляд коштом корпорації в загальній чисельності працівників тощо), 2) складання рейтингу за предметними областями (6) і визначення інтегрованого рейтингового показника КСВ. Методика, на думку автора, дозволяє порівняти неспівставні (за одиницями виміру) часткові показники та визначити рейтинг соціальної відповідальності корпорації.

Система управління КСВ, на думку О.В. Піменової, передбачає: 1) визначення зовнішніх і внутрішніх обмежень; 2) визначення цільового стану системи і цільо-

вих критеріїв; 3) аналіз поточного стану системи; 4) визначення політик і програм соціальної відповідальності; 5) використання механізму управління [4]. Окрім зазначених складових управління в КСВ, сьогодні досить активно формується така її складова як “Управління стейкхолдерами”. Термін стейкхолдер (англ. – stakeholder) є сучасним поняттям, яке описує людину, групу осіб або окремі організації, чії дії, поведінка або рішення можуть впливати на діяльність компанії. За стандартною класифікацією стейкхолдерів поділяють на внутрішні (працівники та засновників компанії, фактичні інвестори тощо) та зовнішні (споживачі продукції, постачальники, посередники, представники суспільства та держави, а також безпосередньо навколишнє середовище тощо). Управління стейкхолдерами має здійснюватись на наступних засадах: повага до думки стейкхолдерів; підприємство має не тільки пасивно підлаштовуватися під стейкхолдерів, а й активно управляти ними; інтереси стейкхолдерів не завжди мають під собою фінансову основу; необхідно здійснювати постійний моніторинг стейкхолдера, оскільки не можливо керувати об’єктом, який не вивчений; своєчасне інформування та взаємодія на регулярній основі із стейкхолдерами; дотримання взятих зобов’язань і вимога їх дотримання від зацікавлених сторін [2]. Пропонуються різні методи управління стейкхолдерами, але які можуть доповнювати один одного: 1) розроблення та ведення “карти стейкхолдерів” (ідентифікація, ранжування та формування механізму взаємодії із стейкхолдерами); 2) стейкхолдер-аналіз економічних проектів з розробленням ієрархічної багаторівневої системи критеріїв на засадах загального підходу аналізу ієрархій; 3) формування процедури управління стейкхолдерами на засадах їх важливості у відповідності до життєвого циклу підприємства. З погляду значення фінансів підприємства, сучасні дослідники описують специфіку КСВ її впливом як на ефективність усієї діяльності підприємства, так і на окремі види його діяльності: фінанси, маркетинг, а також відповідна інституціоналізація управління персоналом та виробничою функцією, як новий спосіб конструювання бізнес-процесів.

КСВ сьогодні є світовою тенденцією формування відповідального бізнесу з стійкою позитивною траєкторією розвитку, яка підкріплюється міжнародними договорами та відповідними організаціями, світовими та національними стандартами, а також суттєвим підвищенням відповідних очікувань суспільства до соціальної відповідальності підприємств.

Крос-культурні особливості сучасного розвитку соціальної сфери передбачає, що головною умовою щодо поліпшення політики соціальної відповідальності є врахування інтересів суспільства. Прислухаючись до громадської думки та побажань спільноти, бізнес приймає більш раціональні рішення. Знаючи, чого очікують громадяни, організації можуть ефективніше витратити матеріальні і фінансові активи для інвестування соціальних програм. Будь-який роботодавець зацікавлений у відтворенні робочої сили, формуванні та збереженні стабільних і висококваліфікованих трудових колективів. Підвищення оплати праці на основі соціальних переговорів, заходи з підвищення кваліфікації, так звані соціальні пакети стали важливими складниками в роботі багатьох фірм. Велике значення має участь у фінансуванні і розвитку системи соціального забезпечення і системи соціальної підтримки у цілому. Тим самим корпоративна соціальна відповідальність стає сьогодні життєво важливою необхідністю.

Щоб підвищити рівень зацікавленості бізнесу в упровадженні КСВ, державі перш за все потрібно розглянути пільгове оподаткування для компаній, які впроваджують корпоративну соціальну відповідальність та безпосередньо зменшити адміністративний тиск органів влади. Також українські підприємці наполягають на розробленні та прийнятті Національної стратегії розвитку соціальної відповідальності,

що допоможе розвитку КСВ у країні. Пропонується періодично проводити інформаційно-ознайомчу кампанію з питань соціальної відповідальності як для споживачів, так і для самих підприємців, упровадити принципи КСВ у діяльність органів державної влади та місцевого самоврядування. Всі ці інструменти повинні вивести розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні на належний рівень [7, с. 42]. Ще одне складне завдання, що стоїть перед компаніями, які впроваджують у свій бізнес політику корпоративної соціальної відповідальності, – досягнення балансу інтересів і потреб стейкхолдерів, що мають на організацію певний вплив або схильних до неї. До них можна віднести акціонерів, профспілки, громадські організації, постачальників, кредиторів, персонал організації тощо. Причому дії, які вимагаються від корпорації, можуть бути абсолютно різними – від використання більш екологічно чистих матеріалів у виробництві до задоволення інтересів конкретних некомерційних організацій. Порушення цього балансу може призвести до серйозних конфліктів, які можуть спричинити неприємності для компанії, як фінансові (зниження доходів), так і ділові (наприклад, утрату репутації).

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні повинна характеризуватися наступними аспектами:

1. Влада й бізнес повинні бути представлені одними особами.
2. Соціально активне поведіння (як функціональне завдання влади) повинне прямо впливати на репутацію бізнесу загалом.
3. Соціально відповідальний бізнес повинен одержувати конкурентні переваги:
 - з'являється доступ до інтелектуального капіталу через широкі можливості мотивації персоналу;
 - збільшується цінність бренду й поліпшується імідж компанії.
 - соціальна відповідальність бізнесу впливає на вартість акцій компанії, збільшує репутаційний капітал бізнесу, тобто гудвіл (goodwill).
 - соціально відповідальна компанія більш приваблива для зовнішніх інвесторів.

Висновки. КСВ сьогодні розвивається швидкими темпами, її значення в системі менеджменту підприємства зростає у зв'язку з еволюційними процесами створення економіки smart – варіанту. Досягнення найбільших результатів у створенні суспільного блага за допомогою практик КСВ можливе тільки за умови системного підходу до неї, що передбачає довгострокове планування, оцінку соціального ефекту і безперервну взаємодію з представниками місцевої громади. У відповідності до такої тенденції інституціоналізація економіко-організаційного механізму підприємства під впливом КСВ відбувається в поєднанні трьох основних компонентів “екологізація, інтелектуалізація та соціалізація”. Досягнення підприємством конкурентних переваг завдяки КСВ залежить від формування на підприємстві конкретних управлінських процедур, методів, принципів та механізмів здійснення КСВ. Успішна організація зазначеного можлива тільки з поширенням концепції у всьому бізнес-співтоваристві та з підвищенням інформованості і розуміння підприємцями значущості і вигідності такої діяльності як для суспільства, так і для самої компанії. За наявності своєчасного наукового забезпечення цих процесів та відповідної систематизації завдань, функцій, механізмів, інструментарію і своєчасної ідентифікації сучасний стан розвитку КСВ в Україні досягне зовсім інших результатів.

Джерела

1. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій / О. Ю. Березіна // Вісник Української академії банківської справи. – 2012. – № 1(32). – С. 97–101.

2. Калінеску Т. В., Ліхоносова Г. С., Альошкін В. С. Соціальна відповідальність: підручник / Т. В. Калінеску, Г. С. Ліхоносова, В. С. Альошкін. – Сєвєродонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. – 472 с.
3. Колесник М.В. Методологічні аспекти управління корпоративною соціальною відповідальністю: фінанси, маркетинг та smart-інституціоналізація / М. В. Колесник // Фаховий збірник наукових праць Національного Авіаційного університету “Проблеми системного підходу в економіці”. – Вип. 6(62). – Київ: НАУ, 2017. – С. 150–157.
4. Перекрестов Д. Г., Поварич И. П., Шабашев В. А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики : монография / Д. Г. Перекрестов, И. П. Поварич, В. А. Шабашев. – М.: Издательство “Академия Естествознания”, 2011. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rae.ru/monographs/139-4596>
5. Резник Г. А. Управление социальной ответственностью на основе системы сбалансированных показателей / Г. А. Резник, Д. В. Волокушин. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4535>.
6. Рибак А. І. Управління зацікавленими сторонами в проектному менеджменті: монографія / А. І. Рибак, І. Б. Азарова. – Одеса: ОДБА, 2017 – 145 с.
7. Никитина Л. М. Основные содержательные характеристики системы корпоративной социальной ответственности / Л. М. Никитина // Вестник ВГУ. – 2010. – № 1. – С. 78–85.