

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

Сухотеріна Марія Ігорівна

УДК 65.014.1:621:364(043.3/.5)

МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ
У СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ
МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальність: 08.00.04 – економіка та управління підприємствами
(за видами економічної діяльності)

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Одеса-2016

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана в Одеському національному політехнічному університеті Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор
Філіппова Світлана Валеріївна,
Одеський національний політехнічний університет,
директор Інституту бізнесу, економіки та
інформаційних технологій.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Баюра Дмитро Олександрович,
Київський національний університет імені Тараса
Шевченка,
професор кафедри економіки підприємства;

кандидат економічних наук, доцент
Аграмакова Наталія Володимирівна,
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця,
доцент кафедри управління персоналом та
економіки праці.

Захист відбудеться «___» _____ 20__ р. о _____ годині на
засіданні спеціалізованої вченої ради Д 41.052.10 в Одеському національному
політехнічному університеті за адресою: 65044, м. Одеса, проспект Шевченка, 1.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Одеського національного
політехнічного університету за адресою: 65044, м. Одеса, проспект Шевченка, 1.

Автореферат розісланий «___» _____ 201__ р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

Г.Б. Свінарьова

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Політичні, економічні і соціальні зміни, що відбуваються в Україні останнім часом, змінюють пріоритети корпоративної стратегії більшості підприємств. Особливе значення набуває управління з позицій соціально-відповідальної поведінки, яке враховує інтереси персоналу підприємств, зацікавлених сторін та місцевих спільнот.

Процеси глобалізації, політика сталого розвитку, вибір шляху євроінтеграції Україною, яка у 2015 р. посіла 86 місце в рейтингу GSCI, підсилюють необхідність впровадження соціальної відповідальності вітчизняними машинобудівними підприємствами, механізм якої стає важливим чинником позитивного іміджу, підвищення репутації українських виробників продукції, конкурентоспроможності машинобудівної продукції на внутрішньому і світових ринках.

У західному суспільстві соціально-відповідальне поведіння бізнесу має достатньо довгу історію, яке дослідили зарубіжні вчені Г. Боуен, Л. Бурк, М. Веласкес, К. Девіс, Х. Джонсон, А. Керолл, Ф. Котлер, Дж.Л. Логздон, Дж. МакГуир, Л. Ненсі, Л. Неш, Дж. Ролз, К. Сміт, Р. Фріман, М. Фрідман, визначивши її принципи, інструменти, шляхи запровадження. В Україні знаходиться воно на етапі становлення, тому вітчизняною наукою закладені лише підвалини концепції управління соціально-відповідальною поведінкою господарюючих суб'єктів, а організаційно-методичні підходи до створення комплексної системи соціально-відповідальної поведінки машинобудівних підприємств не розроблені взагалі. Аспекти соціальної відповідальності бізнесу вивчали вітчизняні науковці Т. Артемова, Н. Аграмакова, Д. Баюра, С. Безточникова, В. Божкова О. Березіна, С. Буко, А. Бутенко, Н. Водницька, Н. Волосковець, Х. Гальчак, О. Грішнова, Л. Грицина, Н. Діденко, В. Жуковська, О. Жмайлова, О. Зеленко, А. Зінченко, Л. Козін, І. Кузнецова, Л. Лазоренко, С. Мельник, Л. Нохріна, П. Орлов, Л. Слюсарєва, Г. Саприкіна, Н. Ушакова, С. Філіппова, О. Черних, В. Шапова, С. Харічков, В. Ярова.

Однак, ані ефективного механізму соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління підприємства у сучасній українській економічній науці, ані завершеного наукового базису його інтеграції у стратегію досі немає. Відповідно, недосконаліми є методичні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства та її інформаційного забезпечення. Тому розроблення теоретичного базису, методичних і практичних підходів до інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства є актуальним. Зазначене зумовило вибір теми, мету, завдання, предмет, структуру та напрями дослідження.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано у відповідності до планів науково-дослідних робіт Одеського національного політехнічного університету в рамках держбюджетних тем: «Формування стратегії організаційного розвитку суб'єктів господарювання в умовах глобалізації світової економіки» (номер державної реєстрації 0109U02626, 2009-2011 рр.), де автором розроблена методика впровадження механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного

підприємства; «Організаційно-економічне забезпечення комерціалізації результатів науково-технічних досліджень вищих навчальних закладів та їх наукових підрозділів, що сприяють інноваційному розвитку України» (номер державної реєстрації 0109U08455, 2010-2012 рр.), де автором розроблено поетапне впровадження механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства. Теми відповідають напряму Одеського національного політехнічного університету, що входить до переліку пріоритетних тематичних напрямів ВНЗ та наукових установ, затверджених наказом МОН України № 535 від 07.06.2011 р. (п. 4.1.11 додатку до наказу). Дисертантка приймала участь в НДР як співвиконавиця (довідка № 1430/82-06 від 16.06.2015 р.).

Мета і задачі дослідження. Мета дослідження полягає в розробленні та обґрунтуванні теоретичних підходів, методичних засад та рекомендацій щодо інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Досягнення мети роботи обумовило необхідність вирішення *завдань*:

- узагальнити змістовні зміни теоретичних уявлень щодо соціальної відповідальності та уточнити її зміст в контексті стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства;

- дослідити корпоративне управління як внутрішнє середовище корпоративної соціальної відповідальності, визначити об'єкти та основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні машинобудівного підприємства;

- дослідити стан та шляхи просування соціальної відповідальності діяльності машинобудівних підприємств, оцінити їх готовність до впровадження її механізму у стратегію корпоративного управління;

- визначити основні тенденції та ієрархічну рольову визначеність учасників процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні, систематизувати його нормативне забезпечення;

- обґрунтувати передумови, перешкоди та перспективи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність підприємств;

- обґрунтувати шляхи та підходи до інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства;

- розробити методичні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства та її інформаційного забезпечення;

- розробити індикатори оцінки корпоративної соціальної відповідальності для вітчизняних машинобудівних підприємств.

Об'єктом дослідження є процес інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та прикладні аспекти процесу інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Методи дослідження. Дослідження проведене на основі системного підходу до аналізу економічних явищ і процесів, сучасної економічної теорії корпоративного

управління з погляду соціальної відповідальності. Для вирішення поставлених завдань використані такі методи: *узагальнення, абстрактно-логічного й семантичного аналізу, історичний підхід* – при вивченні теоретичних засад корпоративного управління і соціальної відповідальності, їх категорійного апарату; *емпіричного дослідження, статистичного аналізу, інструментів аналізу Microsoft Excel* – при діагностиці готовності машинобудівних підприємств до впровадження соціальної відповідальності в стратегію корпоративного управління; *експертних оцінок, спостереження і порівняння* – при аналізі кращих практик її просування підприємствами, *узагальнення, систематизації, аналізу і синтезу* – при аналізі тенденцій та нормативного забезпечення процесу розвитку, методів і перешкод впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні; *системний і логічний* – для розроблення теоретичних і методичних положень щодо інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства, методичних підходів до оцінювання; *формалізації* – для розроблення індикаторів оцінки корпоративної соціальної відповідальності; *логічний метод* – для побудови структури дослідження, узагальнення теоретичних і практичних положень.

Інформаційну базу дослідження склали публічна звітність підприємств, включаючи не фінансову, аналітичні огляди дослідників та установ, відкриті дані веб-сайтів великих машинобудівних підприємств України, що характеризують соціально-відповідальну складову діяльності, чинне законодавство і нормативно-правові акти, результати власних досліджень.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробленні теоретичного базису, методичних положень та рекомендацій щодо інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Найбільш вагомими науковими результатами, що становлять наукову новизну:

вперше:

– запропоновано та обґрунтовано *доцільність інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях управління, яке передбачає одночасне інструментальне забезпечення його етапів;*

удосконалено:

– *обґрунтування процесу впровадження корпоративної соціальної відповідальності підприємствами, відмінністю якого є систематизація її зовнішніх та внутрішніх передумов та перешкод за впливовістю, доповнення напрямків перспектив впровадження корпоративної соціальної відповідальності для машинобудівних підприємств особливою значущістю соціальних ресурсів в економіці знань;*

– *наукові засади процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні, які, на відміну від існуючих, висвітлюють ієрархічну рольову визначеність функцій персоналу підприємств, стейкхолдерів, держави та суспільства в цілому як учасників цього процесу;*

– методичні підходи до інформаційного забезпечення та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства, які відрізняються застосуванням альтернативного підходу до вибору формату та показників соціального звіту, обґрунтуванням застосування підприємством нефінансової звітності та рекомендацій щодо її вибору та формування;

– аналітичні інструменти оцінювання корпоративної соціальної відповідальності в частині розроблення індикаторів оцінки для вітчизняних машинобудівних підприємств, які на противагу існуючим, згруповані ієрархічно за природою індикатору та об'єктом впливу;

дістало подальшого розвитку:

– теоретичний базис просування соціальної відповідальності діяльності підприємств за рахунок: а) оцінювання готовності машинобудівних підприємств до впровадження її механізму у стратегію їх управління та б) визначення та обґрунтування в якості основних напрямків нормативної, інформаційної, методологічної, навчальної і консультаційної підтримки;

– теоретичний базис корпоративного управління шляхом: а) його характеристики як внутрішнього середовища корпоративної соціальної відповідальності, місце та основні завдання якої визначено з позиції управлінських рішень, ближнього та дальнього кола об'єктів; б) обґрунтування умов ефективної інтеграції соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління підприємством;

– понятійно-категорійний базис корпоративного управління та корпоративної соціальної відповідальності шляхом визначення останньої в якості системи управлінських рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії зі стейкхолдерами, спрямованих на досягнення цілей розвитку власне підприємства, сталий розвиток суспільства та збереження навколишнього середовища.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці науково-обґрунтованих та методично завершених рекомендацій щодо інтегрування соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства та оцінювання її ефективності. Рекомендації впроваджені ТОВ «Полігон» (довідка № 116в від 08.11.2014 р.), ТОВ «Поліпласт» (довідка № 6/07 від 16.07.14 р.) та передані до впровадження ПАТ «ОМЗ «Червона Гвардія» (лист № 067-06 від 25.01.15 р.), ТОВ «Науковий парк ОНПУ» (довідка № 1-05 від 30.01.2015 р.).

Результати дисертації використано в навчальному процесі Одеського національного політехнічного університету МОН України при підготовці навчально-методичних матеріалів з дисципліни «Корпоративна соціальна відповідальність» та у дипломному проектуванні (довідка № 1431/82-06 від 16.06.2015 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною науковою працею, де викладено авторський підхід щодо інтегрування механізму соціальної відповідальності в систему корпоративного управління машинобудівного підприємства. Всі наукові результати, викладені в дисертації, одержано автором

особисто. З публікацій, виданих в співавторстві, у роботі використані лише ті положення, що складають його індивідуальний внесок, який зазначений в авторефераті у переліку публікацій за темою дисертації.

Апробація результатів дослідження. Основні результати дослідження доповідались на 12 науково-практичних конференціях: III Науково-практичній Інтернет-конференції «Проблеми ринку і розвитку регіонів України в XXI столітті» (м. Одеса, 2012 р.); VI Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції «Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України» (м. Одеса, 2012 р.); Науково-практичній конференції «Потенціал підприємництва в парадигмі сталого розвитку регіонів України» (м. Одеса, 2012 р.); Першій Міжнародній науково-практичній конференції «Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики» (м. Одеса, 2012 р.); XIII Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Розвиток України в XXI столітті: економічні, гуманітарні та правові проблеми» (м. Тернопіль, 2012 р.); I Всеукраїнській науково-практичній конференції «Актуальні дослідження економічного розвитку України» (м. Миколаїв, 2012 р.); IX międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Kluczowe aspekty naukowej działalności» (м. Пшемишль, Польща, 2013 р.); Международной научно-практической конференции «Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития» (м. Тамбов, Росія, 2013 р.); Международной научно-практической конференции «Экономика и управление: современный взгляд» (м. Черкесск, Росія, 2013 р.) IX міжвузовської науково-практичної конференції з міжнародним участям «Личность в условиях социокультурной и политической модернизации» (м. Санкт-Петербург, Росія, 2015 р.); Першій Всеукраїнській науковій конференції «Історія Одеси: від середньовіччя до сьогодення» (м. Одеса, 2015 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Гуманітарні науки у контексті суспільно-політичних викликів» (м. Одеса, 2015 р.).

Публікації. За результатами досліджень опубліковано 20 наукових праць, з них: 6 статей у наукових фахових виданнях України, у т.ч. 4 – у виданнях, що включені у міжнародні наукометричні бази; 3 – у виданнях інших держав; 11 – доповідей і тез доповідей на наукових конференціях. Загальний обсяг публікацій складає 5,94 д.а., з яких 5,42 д.а. належать особисто автору.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів і висновків, списку використаних джерел з 252 найменувань – на 29 сторінках, 5 додатків – на 20 сторінках. Повний обсяг дисертації – 254 сторінки, з них 170 сторінок основного тексту. Дисертація містить 13 рисунків, які займають 5 повних сторінок, 32 таблиці, які займають 30 повних сторінок.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації; розкрито її зв'язок з науковими темами, сформульовано мету і завдання, об'єкт, предмет і методи; визначено наукову новизну та практичне значення результатів.

Перший розділ – «Теоретичні підходи до дослідження механізму соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління

підприємством» – висвітлює ретроспективу розвитку теоретичних уявлень про соціальну відповідальність і корпоративну соціальну відповідальність (КСВ), їх змістовні зміни; зміст, принципи, об'єкти та механізм корпоративної соціальної відповідальності та корпоративне управління як її внутрішнє середовище.

Дослідження теоретичних засад КСВ показує, що дискусія щодо її змістовності триває в економічній науці понад шістдесят років. За цей період розроблені численні концепції, пов'язані з КСВ, з яких *найбільш поширені*: власне корпоративна соціальна відповідальність, менеджмент зацікавлених сторін і корпоративне громадянство, етика бізнесу і корпоративна філантропія, сталий розвиток і корпоративна стійкість, потрійна звітність і корпоративна соціальна звітність. Спільною рисою концепцій є динамічність та взаємний вплив внаслідок змін в часі і просторі, а *змістовні зміни теоретичних уявлень щодо соціальної відповідальності від добровільної суспільної відповідальності бізнесу (СВБ) до публічно-правової відповідальності на всіх рівнях відносин суспільства та бізнесу відбуваються у: її пріоритетах, функціональній змістовності, складі зацікавлених сторін, методах просування, горизонті дій та регламентованості.*

Аналіз сучасних підходів до розуміння СВБ довів, що вона розглядається як філософія ведення бізнесу, коли відповідальність організації за вплив її рішень та діяльності на суспільство та довколишнє середовище через прозорість та етичну поведінку стають базою для сталого та стійкого розвитку. З урахуванням визначень міжнародних організацій, зарубіжних і вітчизняних вчених КСВ можна визначити з таких позицій: *корпоративна соціальна відповідальність – це система управлінських рішень та заходів підприємства щодо інтеграції соціальних та екологічних проблем у свої бізнес-процеси і процеси взаємодії зі стейкхолдерами, спрямованих на досягнення цілей розвитку власне підприємства, сталий розвиток суспільства та збереження навколишнього середовища.*

На рівнях управління КСВ складають різні за важливістю та тривалістю управлінські рішення: на стратегічному рівні – це підсистема концептуальних та стратегічних рішень підприємства, на тактичному та оперативному – підсистема тактичних та оперативних рішень та відповідних заходів. Тому існує потенційна *можливість інтегрувати стратегічні рішення КСВ у загальну стратегію управління підприємством, не розробляючи окремої стратегії КСВ.* Водночас, за таких умов КСВ, її об'єкти та заходи набувають іншого статусу в системі управління, змінюючи добровільність дотримання принципів КСВ та необов'язковість виконання заходів на обов'язкову регламентацію та контролювання виконання всіх її процедур.

Як система управлінських рішень в рамках корпоративного управління підприємством КСВ має *три етапи*: а) *підготовчий*, де усвідомлюється важливість та доцільність інтегрування механізму КСВ, визначаються окремі проекти і напрями, прогнозуються та оцінюються наслідки запровадження КСВ; б) *прийняття та реалізації рішень*, де розробляється та затверджується стратегічний план КСВ, створюється підрозділ з просування принципів КСВ, розробляється та затверджується кодекс корпоративного управління, соціально-відповідальні програми; в) *оперативне керівництво реалізацією*: створюється система моніторингу виконання соціально-відповідальних програм, розробляється

та затверджується нефінансова звітність на базі міжнародних стандартів та проводиться внутрішній та зовнішній аудит.

Враховуючи ієрархічність управлінських рішень корпоративне управління можна визначити як внутрішнє середовище суспільної відповідальності, яке інтегрує КСВ шляхом застосування національних принципів (кодексів) корпоративного управління. Всі процеси виробничого і невиробничого характеру з моменту ухвалення КСВ мають відбуватися з дотриманням основних принципів соціальної відповідальності. До *об'єктів корпоративної соціальної відповідальності підприємства* відносяться (рис.1) *об'єкти ближнього та дальнього кола*, які можуть відрізнятися для підприємств різного розміру та видів економічної діяльності.

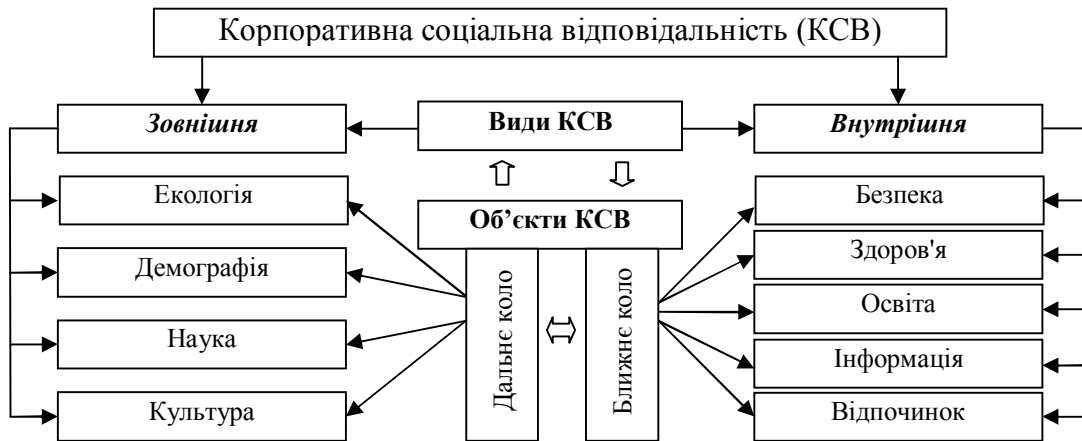


Рисунок 1 – Об'єкти корпоративної соціальної відповідальності

Основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні підприємства дещо відрізняються для машинобудування від інших видів економічної діяльності у блоках 1-3, 5 (рис. 2) на рівні деталізації завдань, доведення їх до тактичних заходів. Проте на рівні стратегії всі завдання КСВ залишатимуться однаковими.

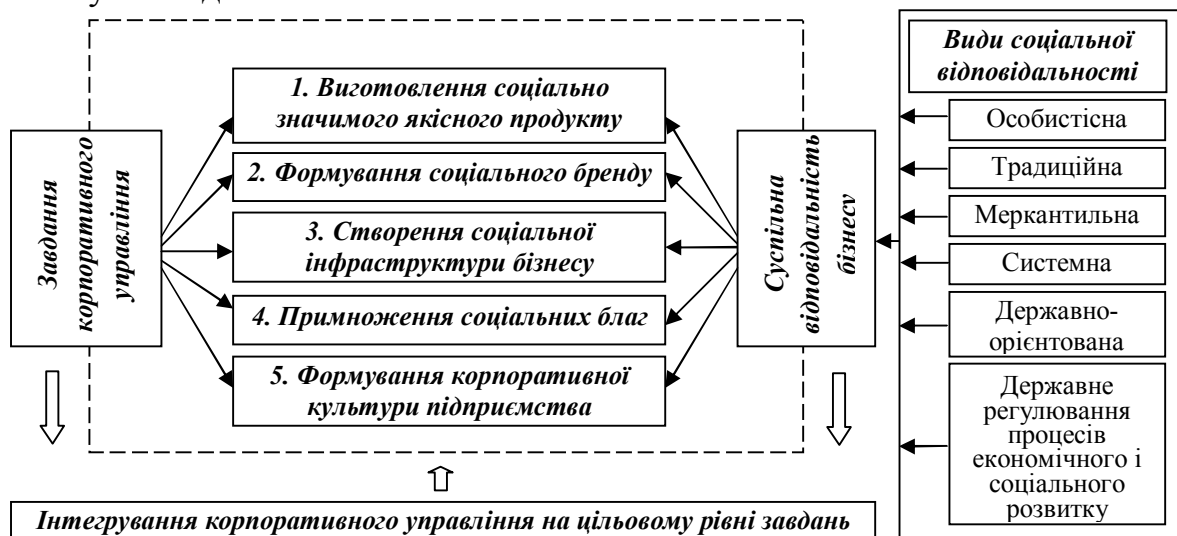


Рисунок 2 – Основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні підприємства

Суспільна відповідальність має розглядатись як важливий соціальний ресурс підприємства, здатний формувати його конкурентні переваги, забезпечувати

стійкість розвитку, адекватно реагувати на внутрішні, так і зовнішні соціальні виклики, перетворюючи їх з обмежень на переваги.

Обґрунтовано, що умовами ефективної інтеграції КСВ у стратегію корпоративного управління підприємством є наявність у останньої ряду елементів: цінностей корпоративної культури, зафіксованих в кодексах корпоративної поведінки та інших стандартах ділової етики, а також системи забезпечення їх на практиці; чіткої стратегії розвитку підприємства; делегування повноважень і чіткого розподілення прав; ефективного механізму взаємодії управлінського персоналу з зовнішніми аудиторами; системи внутрішнього контролю та безпеки; системи стимулів персоналу (фінансових, соціальних, кар'єрних); системи інформаційних потоків, що забезпечує внутрішні потреби підприємства і необхідний для зовнішніх контрагентів рівень прозорості.

Відтак, робоча гіпотеза роботи така: інтегрувати соціальні стратегічні рішення, що враховують інтереси персоналу підприємств, зацікавлених сторін та суспільства як суспільну відповідальність бізнесу, у загальну стратегію управління підприємством, доцільно шляхом інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління підприємством на цільовому, ресурсному та функціональному рівнях, що підвищить результативність і прозорість механізму, якість корпоративного управління та імідж підприємства.

У другому розділі – «**Стимули, перешкоди та перспективи впровадження механізму соціальної відповідальності в діяльність машинобудівних підприємств**» – виконано діагностику стану та готовності машинобудівних підприємств до впровадження соціальної відповідальності в стратегію корпоративного управління; досліджено основні тенденції, ієрархічну рольову визначеність та нормативне забезпечення процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні; систематизовано методи, перешкоди, перспективи впровадження та досвід просування КСВ машинобудівними підприємствами.

Діагностику стану та умов впровадження суспільної відповідальності бізнесу в діяльність вітчизняних машинобудівних підприємств проведено за об'єктами: темпи корпоратизації та загальний стан машинобудівних підприємств; усвідомлення соціальної відповідальності бізнесу та відношення до неї; очікування від впровадження КСВ підприємств в практику; характер впровадження КСВ та відповідних заходів; відкритість інформації щодо соціального вкладу і соціальних програм підприємства.

Стан вітчизняних машинобудівних підприємств за результатами їх діяльності і загальними тенденціями визнано незадовільним, PEST-аналіз додатково у двох групах чинників виявив: серед соціальних – соціальну відповідальність підприємств, серед екологічних – екологічну недосконалість технологій підприємств, реалізацію екологічно брудних технологій, які додано до переліку основних чинників.

Готовність підприємств до впровадження її механізму у стратегію корпоративного управління можна визначити як часткову, оскільки: по-перше, більшість підприємств недостатньо усвідомлює важливість КСВ; по-друге, соціально відповідальну діяльність здійснює не у складі спланованої стратегії та несистемно. Загальні тенденції розвитку СББ в Україні такі: а) нерівномірність та суперечливість розвитку по різним групам підприємств. Нечисленна група великих підприємств (зокрема, які готуються виходити на міжнародні ринки) виводить

зайнятість з «тіні», розгортає соціальні і екологічні програми, підвищує прозорість бізнес-операцій; б) неоднаковим є ступінь використання різних форм соціальної відповідальності. Більш застосовуються ті форми, де рішення ухвалюються підприємством самостійно (наприклад, розвиток внутрішніх соціальних програм для персоналу); в) за наявності досить високих законодавчо закріплених соціальних нормативів (в сферах екології, безпеки праці тощо) на практиці значна частина підприємств їх не виконує на тлі відсутності втручання держави.

Просування соціальної відповідальності діяльності машинобудівних підприємств досліджено за: а) шляхами та б) ієрархічною рольовою визначеністю учасників процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні; в) нормативною базою; г) *практичним досвідом вітчизняних підприємств.* Встановлено, що в Україні просування СВБ здійснюють в основному, не підприємства та держава, а організації громадянського суспільства (Мережа Глобального договору (ГД) в Україні; Центр розвитку КСВ; Всеукраїнська громадська організація «Форум соціально відповідального бізнесу України»; Конфедерація роботодавців України; Українська Асоціація з розвитку менеджменту та бізнес-освіти УАРМБО; Українська спілка промисловців і підприємців; Федерація професійних спілок України; Громадська організація «Професійна асоціація корпоративного управління» (ПАКУ); Об'єднання організацій роботодавців України). *Основні шляхи просування СВБ та КСВ такі:* роз'яснення їх принципів та змісту; сприяння обізнаності бізнес-установ та підприємств щодо СВБ; розроблення стандартів з галузі КСВ; забезпечення інформаційною, методологічною, навчальною і консультаційною підтримкою.

Рольову визначеність має забезпечувати нормативна база щодо розроблення вітчизняної моделі СВБ, що почала формуватися у 2013 р. Указом Президента України № 342/2013 «Про План заходів щодо реалізації у 2013 році Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні», у якому задекларовано розроблення стратегії сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. Остання визначила рольові функції держави та громадських об'єднань.

Порівняння міжнародної нормативної бази та вітчизняної довело, що з 5-х міжнародних стандартів (ISO 26000 Міжнародний стандарт із соціальної відповідальності, SA8000 Соціальна відповідальність, GRI Глобальна ініціатива зі звітності, AA1000SES Міжнародний стандарт взаємодія з зацікавленими сторонами AA1000AS Міжнародний стандарт нефінансового аудита) аналог є лише у першого (Національний стандарт України «Система управління соціальною відповідальністю»), що знаходиться на стадії розробки. Це гальмує розвиток СВБ та вимагає зміни *рольової визначеності функцій* державного управління, персоналу підприємств, стейкхолдерів та суспільства в цілому, які сьогодні виконують 9 згаданих громадських організацій.

Українські машинобудівні підприємства мають певну кількість позитивних прикладів адаптації досвіду західних компаній з соціально відповідальної поведінки, які втілюються у: а) покращення умов роботи працівників; б) запровадженні нових технологій, в першу чергу, енергозберігаючих, та заходів з охорони навколишнього середовища. Окремі, в першу чергу, великі машинобудівні підприємства, проводять

роботу з впровадження КСВ в свою діяльність: ПФГ «Систем Кепітал Менеджмент», ВАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Енергомашпецсталь» та деякі інші.

Об'єктивними передумовами посилення СВБ та КСВ для підприємств є такі: а) зовнішні: поглиблення диспропорцій економічного і соціального розвитку у країні; посилення конкуренції за ресурси стійкого розвитку (людські); послаблення соціокультурних і моральних настанов підприємництва; масові прояви десоціалізації відносин у сфері праці; загострення екологічних проблем до рівня регіонального, національного та світових масштабів; зміна вимог споживачів (за прогнозами, 90% споживачів у світі будуть обирати бренди, які підтримують соціальні проекти, а 84% вже шукають відповідальні бренди; б) внутрішні: втрата стійкості економічного розвитку підприємств, що вимагає опанування нових факторів економічної динаміки; послаблення конкурентоспроможності, що зумовлює пошук нових способів і засобів набуття конкурентних переваг.

Опитуванням керівників підприємств підтверджене існування *шістьох груп перешкод впровадження КСВ*, визначених у Стратегії державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні (табл. 1) та додатково виявлені ще *три* (фінансова й економічна слабкість підприємств, податковий тиск, відсутність інфраструктури СВБ та слабкість суспільного інтересу).

Таблиця 1 – Узагальнені результати опитування щодо видів перешкод впровадження КСВ керівників 12-х машинобудівних підприємств (2014/2012 рр.)

Перешкоди впровадження КСВ	Респонденти	
	Ранг	%
1. Низький поточний рівень корпоративної культури підприємств.	1-2/2	85/75
2. Правовий нігілізм, деформація правової свідомості, прагнення оминуть закон.	1-2/1	85/81
3. Дисбаланс складових реалізації політики СВБ українськими компаніями.	3/3	65/57
4. Закритість українських суб'єктів господарювання для громадськості.	6/4	39/38
5. Нерозуміння бізнесом та суспільством основних завдань і механізмів реалізації СВБ через нормативну невизначеність.	7/7-8	31/28
6. Низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу через відсутність досвіду реалізації соціальної відповідальності.	8/9	28/30
7. Фінансова й економічна слабкість підприємств	4/5-6	55/33
8. Податковий тиск	5/5-6	42/33
9. Відсутність або слабкість суспільного інтересу	9/10	18/20
10. Відсутність інфраструктури СВБ	10/7-8	11/28

Враховуючи високу узгодженість думок експертів-респондентів (88,44%), можна стверджувати, що за два роки (з 2012 р. до 2014 р.) пріоритетність перешкод майже не змінилася (рис. 3): лідерами (85% респондентів) залишилися низький поточний рівень корпоративної культури підприємств та деформація правової свідомості, прагнення оминуть закон, причому другий обігнав перший у 2014 р. Початок створення інфраструктури СВБ у 2013 р., змінив позиції цієї перешкоди, опустив її з 7-8-го місця на 10-е.

Ідею запровадження КСВ підтримують 53,3%, 41,1% – не вважають це за потрібне, а останні 5,6% – не бачать сенсу в її запровадженні. Майже 30% підприємств через брак коштів не здійснює заходи із КСВ як неактуальні, а 10%

вважає, що це – функція держави, а не бізнесу. Лише 30,1% підприємств мають власну стратегію КСВ (87% великі).

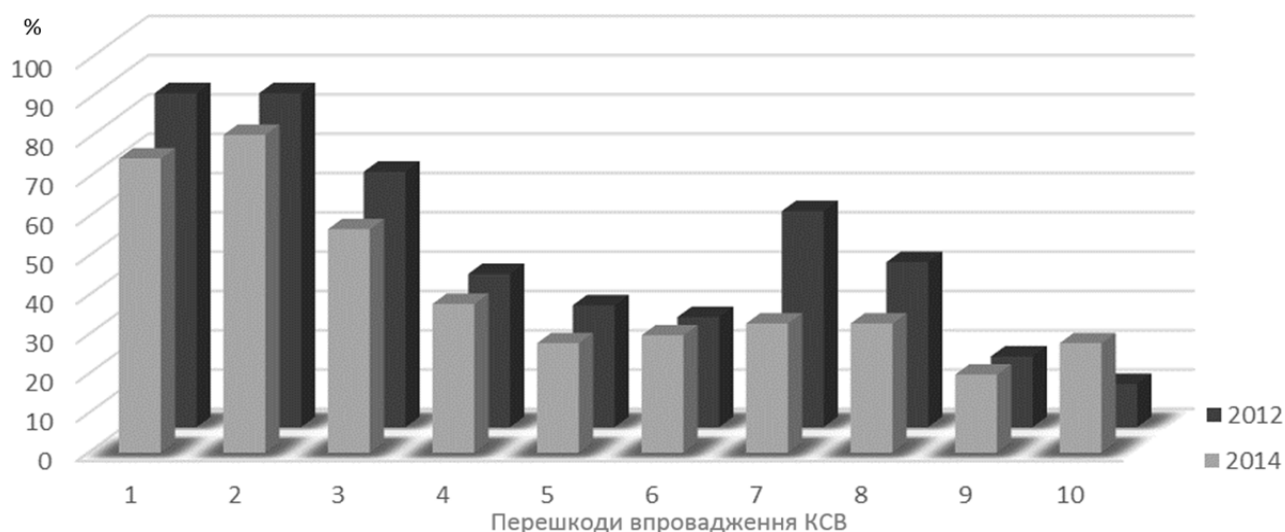


Рисунок 3 – Динаміка пріоритетності перешкод запровадження КСВ на машинобудівних підприємствах Одеської області

Перспективи впровадження СВБ і КСВ мають 7 спільних напрямів реалізації: дотримання прав людини; дотримання вимог законодавства; корпоративна та ділова етика; захист навколишнього природного середовища; співпраця із стрейкхолдерами (суб'єктами господарювання, співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою); дотримання міжнародних норм поведінки; прозорість та підзвітність.

Перспективи впровадження КСВ додатково обумовлює набуття особливої значущості соціальних ресурсів в епоху економіки знань, однак погіршує криза останніх років (рис. 4), яка негативно вплинула на приєднання підприємств до глобального договору ООН:

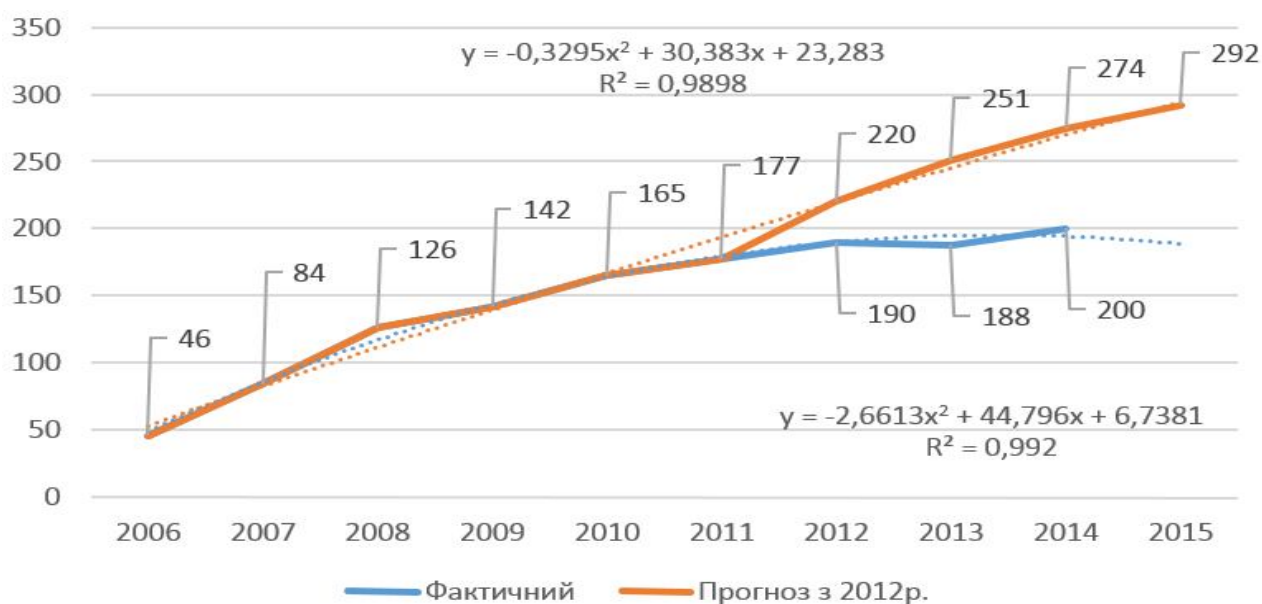


Рисунок 4 – Динаміка кількості соціально-відповідальних підприємств України, що приєдналися до ГД ООН з врахуванням виключених ООН зі списку підписантів

Очікування підприємств від КСВ у стратегії підприємства такі: поліпшення ставлення персоналу до підприємства – 75%; користь для суспільства, громади – 67%; покращення репутації (іміджу) підприємства – 53%; покращення економічних показників – 51% респондентів.

Відтак, робоча гіпотеза дисертації має вагомі аргументи на підтримку.

У третьому розділі – «Інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства» – запропоновано механізм соціальної відповідальності, шляхи його інтегрування у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства; методичні підходи до оцінювання і індикатори оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

Теоретико-методологічною основою інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління підприємства обрано та обґрунтовано системний і логічний *підходи*. Визначено, що *інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства* – це складний тривалий багатоступінчастий процес, що полягає у розробленні сукупності ключових елементів та їх узгодженні з ключовими елементами корпоративної стратегії підприємства (рис. 5).

Потрібно узгодити цілі, завдання, інструменти, процеси управління, рівні відповідальності та очікувані результати, обрати шляхи інтегрування.

На рівні деталізації *цілі та завдання* інтегрування стосуються: а) визначення ключових елементів компетентності (досвід, навички, можливості, потенціал, навчання громадськості та населення); б) визначення та аналіз ключових груп стейкхолдерів; в) утворення стратегічних альянсів, що впливають на формування КСВ-компетентності підприємства (стейкхолдерів); г) впровадження КСВ та навчання персоналу; оцінювання результатів від інтегрування КСВ у стратегію корпоративного управління. Узгодження *інструментів* пропонується за рівнями управління у відповідних групах: стратегічні, тактичні, оперативні.

Виділено *три рівні відповідальності*: а) стратегічна (економічна, правова, екологічна); б) за інформацію (її прозорість і підзвітність); в) за виконання взятих зобов'язань перед довілцям, інвесторами, майбутніми поколіннями.

Інтегрування має такі *результати*: економічні (зниження операційних ризиків, збільшення капіталізації, зростання фінансових показників та продуктивності праці, розвиток інновацій, зростання конкурентоспроможності продукції та інвестиційної привабливості; соціальні: створення позитивного іміджу, зміцнення довіри тощо.

В якості *шляху інтегрування* рекомендовано попроцесний за такими основними напрямки удосконалення взаємозв'язків соціальної відповідальності та стратегічного управління: а) формування чітких уявлень керівників підприємства про зміст соціальної відповідальності як суспільного явища, у розвитку якого необхідно приймати участь; б) перехід від адміністрування соціальними програмами до розвитку економічно ефективних зв'язків між бізнесом, державою і місцевими громадами; в) кардинальне посилення зв'язків підприємств з некомерційними організаціями при визначенні пріоритетів КСВ; г) підвищення якості ділової культури, значимості етичних норм у відносинах між бізнесом і суспільством; д) підвищення ступеня інформаційної відкритості, збереження структури адресатів КСВ, розвитку нових каналів зв'язку з різними суспільними групами.



Рисунок 5 – Інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства

Сфери інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства, які визначають природу відповідних інструментів такі: організаційна, економічна та нормативно-методична.

Інструменти КСВ доцільно розділити на *внутрішні і зовнішні* в залежності від спрямованості на різні групи стейкхолдерів: внутрішні (етичні кодекси, навчання етичній поведінці, карти етики, система моральних заохочень і покарань та ін.), що спрямовані на власний персонал та зовнішні (соціальні звіти, соціальні інвестиції, соціальні експертизи), спрямовані на державні органи управління, громадські організації, місцеве співтовариство, споживачів, партнерів, інвесторів. Особливу роль грає інструмент «базові індикатори ефективності впровадження КСВ у стратегію корпоративного управління підприємства», який разом зі соціальною звітністю задовольняє інтереси внутрішніх та зовнішніх стейкхолдерів.

Розбіжність складу інструментів застосування КСВ та інтегрування її механізму спостерігається лише на початковому етапі за застосовністю по запропонованих *етапах інтегрування* (рис. 6). Як видно, соціальні комунікації є найбільш застосовним інструментом (на 5-х з 8 етапів). Стратегічні інструменти є досить розробленими, проте *тактичні та оперативні ще набули розповсюдження та не мають методичного базису*. Зокрема, це стосується карт етики, проведення соціальних ревізій та підготовки соціального звіту.

До стратегічних доцільно додати *карту стейкхолдерів*, яка: визначає ключові групи організацій та людей, що можуть впливати на успішну діяльність підприємства або на яких впливає його діяльність. Створення карти має відбуватися у *чотири етапи*: а) ідентифікація, тобто визначення груп стейкхолдерів, організацій, активістів; б) аналіз їх інтересів, поглядів і діяльності; в) візуалізація або ілюстрація стейкхолдерів і їхнього зв'язку з цілями підприємства; г) пріоритетизація – вибір ключових стейкхолдерів, які найбільш відповідають визначеним на попередньому етапі цілям. У процесі дослідження розроблено карту стейкхолдерів для ПАТ «СКМ», яка включає 12 груп і понад 400 організацій. Розроблена і документально оформлена корпоративна стратегія підприємства, спрямована на досягнення не тільки економічних результатів, а й на тривалу соціально відповідальну взаємодію із зовнішнім середовищем, тому вона є вхідної нормативною базою для формування соціального звіту, яка регламентує стратегічні індикатори економічного, соціального та екологічного характеру. Дослідженням методологічних підходів до оцінки КСВ встановлено, що оцінювання відбувається за допомогою соціальної (нефінансової) звітності, індексним і рейтинговим, якісними і кількісними методами.

Нефінансова (соціальна) звітність – це документально оформлена сукупність певним чином систематизованих даних підприємства, що відображає середовище існування, принципи та методи співпраці з групами впливу, результати діяльності в економічній, соціальній та екологічній сферах життя суспільства.

В якості основної форми соціальної звітності пропонується застосувати *річний корпоративний соціальний звіт як основну форма звітності та скорочений місячний – як додаткову*, що являють собою документи, розроблені з метою інформування всіх стейкхолдерів підприємства про стан та темпи реалізації його економічних цілей та соціального добробуту суспільства, екологічної стабільності оточуючого середовища.

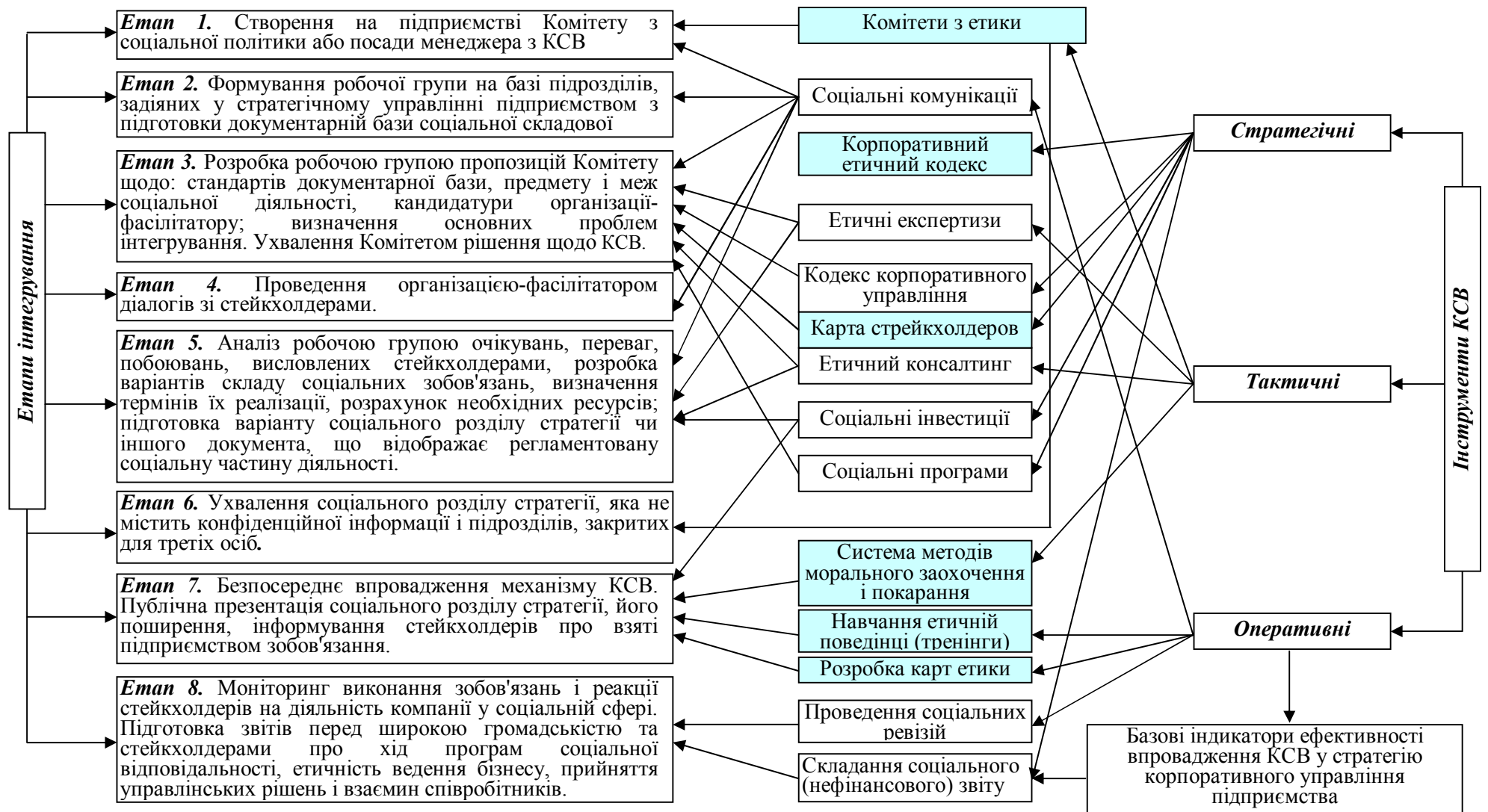


Рисунок 6 – Змістовність та послідовність етапів інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства

Основні характеристики звіту: а) рівень доступності – публічний; б) метод розповсюдження – мережевий (Internet); в) принципи звітування: відкритість, значимість або суттєвість, точність, верифікація, ясність, вчасність та регулярність; г) періодичність – щорічно та щомісячно; д) форма звітності – альтернативна, із трьох загальноприйнятих варіативних форматів (стандартів): комплексний (метод Triple Bottom-Line, метод Лондонської групи порівняльного аналізу (London Benchmarking Group), метод групи корпоративного громадянства (Corporate Social Citizenship тощо); стандартизований (AA 1000, SA 8000, GRI, ISAE 3000 та ін.); вільна форма.

Застосування базових індикаторів ефективності впровадження КСВ у стратегію корпоративного управління підприємства потребує розроблення стандарту підприємства, змісту та форми подання соціальних звітів внутрішнім та зовнішнім стейкхолдерам.

Для цього потрібні методичні підходи до оцінювання корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства та її інформаційного забезпечення, які мають спиратися на принципи двох видів: 1) частина принципів формування системи КСВ, що визначають її інформаційне забезпечення та оцінювання ефективності: етична поведінка (в частині надання інформації), підзвітність, прозорість, повага інтересів зацікавлених сторін, дотримання верховенства закону, міжнародних норм поведінки, прав людини, добровільність; 2) принципи вибору документальної бази планування і моніторингу КСВ в системі стратегічного управління: повнота відображення планів і результатів у документації; істотність діяльності; реактивність; достовірність; можливість перевірки результатів діяльності.

Економічні результати упровадження КСВ-програм оцінюються скороченням витрат, підвищенням ефективності, зменшенням ризиків, створенням додаткової вартості тощо. Соціальні – як похідна та результат упровадження КСВ-програм (формування свідомих громад, взаємозв'язки з місцевими громадами, продуктивність персоналу). Їх можна згрупувати альтернативно: за типовою структурою соціального розділу стратегії (кадрова політика; якість надаваних послуг; соціальні програми для працівників; благодійність і спонсорство; зобов'язання щодо акціонерів; програми навчання персоналу) або за походженням (економічні, соціальні, екологічні). Розроблені індикатори оцінки корпоративної соціальної відповідальності для вітчизняних машинобудівних підприємств, розподілені на основні та додаткові, згруповані ієрархічно за природою індикатору та об'єктом впливу.

У запропонованій моделі оцінки ефективності системи КСВ на підприємстві показником, що характеризує рівень розвитку КСВ, є інтегральний індекс (I_{int}), що визначає сукупний вплив якісних і кількісних параметрів:

$$I_{int} = I_{якості} \cdot I_{кільк} \quad (1)$$

де $I_{якості}$ – індекс, що враховує відповідність ознакам якості; $I_{кільк}$ – індекс, що враховує вплив кількісних параметрів.

Для кількісної оцінки КСВ машинобудівного підприємства пропонується: 18 показників для внутрішньої КСВ, для зовнішньої – їх значно більше (табл. 2).

Таблиця 2 – Базові індикатори ефективності впровадження механізму КСВ у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства (фрагмент)

Індикатор	Роль	Критерії ефективності	
		Економічні індикатори (підходи до управління)	
11. Основні принципи ведення бізнесу	основні	Перелік затверджених корпоративних документів, що визначають основні принципи ведення бізнесу	
12. Нараховані до уплати податки та інші обов'язкові відрахування		Сумарний об'єм основних податкових і неподаткових відрахувань, нарахованих до сплати у бюджети різних рівнів, внебюджетні фонди	
13. Витрати на робітників		Сумарний об'єм системних витрат на робітника, що здійснюється на регулярній основі у грошовій і натуральній формі	
14. Інвестиції в основний капітал		Інвестиції в основний капітал (всього) – накопиченим підсумком за звітний період	
15. Інвестиції у співтовариство		Сумарний об'єм добровільних витрат, що надаються у першу чергу для суспільного блага (безпосередньо не зв'язаних з виробничою діяльністю), без обліку витрат на персонал, внутрішні соціальні програми	
16. Добровільне пенсійне забезпечення		Об'єм добровільних зобов'язань на пенсійне забезпечення робітників, що реалізуються регулярно	
17. Виплати постачальникам капіталу		додаткові	Виплати акціонерам, кредитним організаціям
Екологічні індикатори (натуральні, процедури та послуги, загальні)			
18. Частка вторинної сировини, що використовується	додаткові	<i>Матеріали</i>	Частка матеріалів, що представляють собою перероблені або повторно використовувані відходи
19. Використання енергії	основні	<i>Енергія</i>	Валове споживання енергії
20. Питоме споживання енергії у натуральному виразі	додаткові		Питоме споживання енергії на одиницю виробленої продукції
21. Споживання свіжої води на власні потреби	основні	<i>Вода</i>	Використанні води (усього)
22. Питоме споживання води, натурал. вираз	додаткові		Питоме споживання води на одиницю виробленої продукції
23. Частка повторно використаної води у загальному об'ємі витрат на власні потреби			Частка багаторазово і повторно послідовного водопостачання у загальному об'ємі використаної води
24. Викиди речовин у атмосферу	основні	<i>Викиди, скиди, відходи</i>	Усього викинуто у атмосферу забруднюючих речовин
25. Скиди стічних вод			Відведено стічних вод (усього)
26. Об'єм відходів			Валовий об'єм невикористаних відходів, що утворилися
27. Число істотних аварій з екологічним збитком	Число істотних аварій за звітний період, за яким судом пред'явлений збиток навколишньому середовищу		
28. Екологічний збиток, що стягнутий	Об'єм коштів, стягнутий судом у зв'язку з аваріями що сталися з екологічним збитком у звітний період		
29. Викиди парникових газів	Валовий об'єм викидів парникових газів		
30. Питомі викиди речовин що забруднюють у натуральному виразі	додаткові		Питомі викиди речовин що забруднюють на одиницю виробленої продукції
31. Питомі скиди стічних вод, натурал. вираз			Питомі скиди стічних вод на одиницю виробленої продукції
32. Скиди забруднених стічних вод			Об'єм відведення забруднених стічних вод
33. Питомий об'єм відходів, натурал. вираз			Питомий об'єм невикористаних відходів на одиницю виробленої продукції
34. Ініціативи з пом'якшення впливу продукції і послуг на навколишнє середовище і масштаб пом'якшення впливу	додаткові	<i>Процедури</i>	Загальний перелік з описом предметі ініціатив з пом'якшення впливу продукції і послуг на навколишнє середовище
35. Інвестиції в об'єкти охорони навколишнього середовища	додаткові	<i>Загальні</i>	Інвестиції у основний капітал на об'єкти охорони навколишнього середовища
Соціальні індикатори (чотири підрозділи: результативність підходів до організації праці і гідна праця, в галузі прав людини, взаємодії з суспільством, відповідальності за якість продукції)			
...
47. Інформація та маркування	основні	<i>Маркування</i>	Частка продукції/послуг з наданням інформації і маркуванням
48. Забезпечення якості продукції	додаткові		Частка об'єму реалізованої продукції підприємства, увесь процес виробництва якої сертифікований на відповідність ISO 9001 або еквівалентним стандартам систем менеджменту якості за звітний період у загальному об'ємі реалізованої за той же період продукції (з урахуванням дочірніх підприємств)

Рекомендовані такі заходи щодо розвитку інтегрування КСВ у корпоративну стратегію великих та середніх машинобудівних підприємств на рівні тактичного та оперативного управління: а) організаційні: утворення організаційного підрозділу, до компетенції якого належатиме КСВ та соціальне звітування; створення на підприємстві за принципом «гарячої лінії» (call-centre) інформаційного центру з питань КСВ, що відповідатиме на питання стосовно КСВ, надаватиме інформаційну та методичну підтримку; участь підприємства у щорічному Українському національному конкурсі якості; запровадження на підприємстві бізнес-конкурсів з відповідної тематики; участь у освітніх заходах в цієї сфері; б) економічні: перегляд і унормування системи преференцій для підрозділів підприємств, що проводять політику КСВ та реалізують соціально важливі програми; в) інформаційні: створення сторінки КСВ на веб-сайті підприємства для висвітлення заходів з його соціально відповідальної поведінки; участь у інформаційних кампаніях, публікація статей і підготовка телепрограм з тематики СВБ у ЗМІ; обмін досвідом щодо КСВ з іншими підприємствами.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі проведено теоретичне узагальнення та запропоновано нове вирішення важливого наукового завдання щодо розроблення та обґрунтування теоретичних підходів, методичних засад та рекомендацій щодо інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки.

1. Дослідження теоретичного базису суспільної відповідальності та корпоративної соціальної відповідальності дозволили узагальнити змістовні зміни теоретичних уявлень щодо соціальної відповідальності від добровільної суспільної відповідальності бізнесу до публічно-правової відповідальності на всіх рівнях відносин суспільства і бізнесу у її пріоритетах, функціональній змістовності, складі зацікавлених сторін, методах просування, горизонті дій та регламентованості. Уточнено її зміст відносно стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства як сукупності відповідних управлінських рішень та заходів.

2. Досліджено корпоративне управління як внутрішнє середовище КСВ, місце та основні завдання якої визначено з позиції управлінських рішень, ближнього та дальнього кола об'єктів. Доведено, що на рівні стратегії всі завдання КСВ тотожні для підприємств всіх видів економічної діяльності, а специфіка галузі проявляється на рівні деталізації завдань, доведення їх до тактичних заходів. Визначено об'єкти та основні завдання соціальної відповідальності в корпоративному управлінні машинобудівного підприємства, що дозволяє розглядати суспільну відповідальність як важливий соціальний ресурс підприємства, здатний формувати його конкурентні переваги, забезпечувати стійкість розвитку, адекватно реагувати на внутрішні і зовнішні соціальні виклики, перетворюючи їх з обмежень на переваги.

3. Дослідження стану діяльності машинобудівних підприємств дозволило оцінити їх готовність до впровадження механізму КСВ у стратегію корпоративного управління як часткову, оскільки більшість підприємств

недостатньо усвідомлює важливість КСВ та соціально відповідальну діяльність здійснює несистемно. Причина полягає в тому, що українське суспільство довгий час було ізольовано від світової управлінської думки, тому сьогодні вітчизняним підприємствам корпоративного типу досить складно впроваджувати нові управлінські концепції і організаційні структури. Однак, вони вже проявляють певну соціальну активність, яка багато в чому має закритий для громадськості характер з причин нерозвиненою податкової системи і негативним ставлення до бізнес-спільноти у суспільстві. *Основні шляхи просування КСВ та СВБ* утворюють нормативна, інформаційна, методологічна, навчальна і консультаційна підтримка.

4. *Аналіз тенденцій процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні* дозволив обґрунтувати *недостатність нормативного забезпечення*, що значно стримує бажання підприємств використовувати три складові КСВ, що існують з точки зору українських підприємств: законослухняність бізнесу і сумлінна сплата податків; відповідальність за розвиток персоналу; відповідальність перед соціальним оточенням у складі партнерів по бізнесу і місцевих громад. Українські машинобудівні підприємства в цілому готові рухатися у бік більшої соціальної відповідальності та соціальної звітності у разі її легітимації і визначення рамок з боку держави. Підприємства впроваджують КСВ добровільно, проте останнім часом до цього процесу активно долучаються структури та організації громадянського суспільства та держава, змінюючи *ієрархічну рольову визначеність* функцій персоналу підприємств, стейкхолдерів, суспільства та держави.

5. У процесі *обґрунтування доцільності та механізму впровадження підприємствами КСВ* виявлено її зовнішні та внутрішні *передумови* та десять груп *перешкод*, згруповані за впливовістю на процес інтегрування КСВ. Доповнені *напрямки перспектив впровадження* корпоративної соціальної відповідальності для машинобудівних підприємств особливою значущістю соціальних ресурсів, яку вони набувають в економіці знань. Впровадження КСВ вимагає призначення відповідальних за її питання на підприємстві. Вироблення пріоритетів має стати прерогативою вищої ланки керівництва. На великих машинобудівних підприємствах у структурі корпоративного управління може створюватися Комітет з соціальної відповідальності, для середніх і малих підприємств – посада менеджера з КСВ, компетентності та компетенції якого визначено у дослідженні.

6. На підставі узагальнення теоретичного базису та змісту КСВ *обґрунтовано шляхи та підходи до інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства*. Запропоновано та обґрунтовано *доцільність інтегрування механізму соціальної відповідальності у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства* одночасно на *стратегічному, тактичному та оперативному рівнях управління* разом з інструментальним забезпеченням його етапів. Доведено, що стратегічні інструменти є більш розробленими, ніж *тактичні та оперативні*. На їх підставі розроблено заходи щодо розвитку інтегрування КСВ у корпоративну стратегію великих та середніх машинобудівних підприємств на рівні тактичного та оперативного управління.

7. Розроблено *методичні підходи до інформаційного забезпечення та оцінювання корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного*

підприємства, які застосовують альтернативний підхід до вибору формату та показників соціального звіту. Обґрунтовано застосування підприємством щорічної та щомісячної нефінансової звітності. Розроблено рекомендації щодо вибору її формату та формування. Впровадження в практику нефінансової звітності на основі міжнародних стандартів і методик може зажадати від багатьох з них певних змін, оскільки звітність має стати більш прозорою, що передбачає розкриття інформації про баланс, структуру управління, соціальну складову діяльності підприємства.

8. Розроблено основні та додаткові індикатори оцінки корпоративної соціальної відповідальності для вітчизняних машинобудівних підприємств, згруповані ієрархічно за природою індикатору та об'єктом впливу. Їх застосування передбачає висвітлення КСВ в частині економічної, екологічної та соціальної складової діяльності підприємств.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Наукові праці, в яких опубліковані основні результати дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України

1. Сухотеріна М.І. Питання індикаторів зовнішнього моніторингу діяльності підприємств у післяприватизаційний період / М.І. Сухотеріна // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2012. – № 8, (53). – С. 99-105. (0,76 д.а.). *Журнал індексується та реферується в Міжнародній наукометричній базі РІНЦ.*

2. Сухотеріна М.І. Створення системи зовнішнього моніторингу діяльності підприємств машинобудування у післяприватизаційний період [Електронний ресурс] / М.І. Сухотеріна. // Економіка. Управління. Інновації. – 2012. – № 2, (8). – Режим доступу до журн.: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2012_2_27. – Назва з екрана. – доступно на 30.04.2015. (0,44 д.а.).

3. Сухотеріна М.І. Кодекс корпоративного управління в системі управління машинобудівного підприємства / М.І. Сухотеріна // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. праць. – Одеса, 2014. – Вип. 1, (52). – С. 81-86. (0,47 д.а.).

4. Сухотеріна М.І. Механізм реалізації корпоративної соціальної відповідальності машинобудівних підприємств / М.І. Сухотеріна // Економічний форум. – 2014. – № 2. – С. 163-167. (0,4 д.а.). *Журнал входить у науково метричні бази Ulrich's Periodicals Directory (США), РІНЦ (Росія), Index Copernicus (Польща).*

5. Сухотеріна М.І. Порівняльна характеристика методик оцінки ефективності внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності машинобудівного підприємства / С.В. Філіппова, М.І. Сухотеріна // Бізнес Інформ. – 2015. – № 3. – С. 284-287. (0,37 д.а., особистий внесок здобувача: запропоновано індикатори оцінки внутрішньої соціальної відповідальності машинобудівного підприємства – 0,16 д.а.). *Журнал індексується та реферується в зарубіжних базах даних: РІНЦ (Росія); Ulrichsweb Global Serials Directory (Великобританія, США); Research Papers in Economics; Directory of Open Access Journals Database; Scientific Index*

Services; Advanced Science Index; Google Scholar (США); Index Copernicus (Польща).

Статті у виданнях інших держав

6. Sukhoterina M. The state of machine-building as a basic for conducting monitoring of productive potential of an enterprise \ M. Sukhoterina \ Nauka I studia. – 2012. – № 18, (63). – С. 67-71. (0,56 д.а.). *(Польща, Пшемисль).*

7. Сухотерина М.И. Производственный потенциал машиностроительного предприятия как объект мониторинга в условиях рыночной экономики / М.И. Сухотерина // Вопросы управления. – 2013. – № 1, (3). – С. 190-195. (0,49 д.а.). *(РФ, Екатеринбург).*

8. Сухотерина М.И. Мониторинг и методы оценки уровня социальноответственной деятельности машиностроительных предприятий / М.И. Сухотерина // Вопросы управления. – 2014. – № 3, (9). – С. 82-88. (0,69 д.а.). *(РФ, Екатеринбург).*

2. Опубліковані праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

Матеріали наукових конференцій

9. Сухотеріна М.І. До визначення поняття техніко-економічне обґрунтування післяприватизаційного розвитку підприємств : Матеріали III Наук.-практ. Інтернет-конф. [«Проблеми ринку і розвитку регіонів України в XXI столітті»], (Україна, Одеса, 16-18.05.2012р.) / М.І. Сухотеріна. – Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2012. – С. 36-38. (0,12 д.а.).

10. Сухотеріна М.І. Питання моніторингу післяприватизаційного розвитку у Державній програмі приватизації на 2012-2014 роки : Матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. [«Обліково-аналітичне забезпечення інноваційної трансформації економіки України»], (Україна, Одеса, 15-25.05.2012р.) / М.І. Сухотеріна – Одеса: ОНПУ, 2012. – С. 136-138. (0,13 д.а.).

11. Сухотеріна М.І. До питання про показники моніторингу діяльності машинобудівних підприємств у післяприватизаційний період : Матеріали наук.-практ. конф. [«Потенціал підприємництва в парадигмі сталого розвитку регіонів України»], (Україна, Одеса, 11-12.10.2012р.) / М.І. Сухотеріна. – Одеса: Інтерпринт, 2012. – С. 49-50. (0,09 д.а.).

12. Сухотеріна М.І. Моніторинг поточного стану господарчої діяльності у системі безпеки підприємства : Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. [«Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики»], (Україна, Одеса, 18-19.10.2012р.) / М.І. Сухотеріна. – Одеса: Атлант, 2012. – С. 251-252. (0,08 д.а.).

13. Сухотеріна М.І. Система моніторингу економічного стану промислового підприємства як фактор підвищення ефективності його системи управління : Матеріали XIII Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. [«Розвиток України в XXI столітті: економічні, гуманітарні та правові проблеми»], (Україна, Тернопіль, 15.11.2012р.) / М.І. Сухотеріна. – Тернопіль: Видавничий центр «Вектор», 2012. – С. 85-87 (0,08 д.а.).

14. Сухотеріна М.І. Економічний моніторинг підприємства машинобудування / Актуальні дослідження економічного розвитку України : Матеріали I Всеукр. наук.-

практ. Інтернет конф., присвяченої 100-річчю Миколаївського національного імені В.О. Сухомлинського (Україна, Миколаїв, 29-30.11.2012р.) / М.І. Сухотеріна. – Миколаїв: МНУ, 2012. – С. 182-185 (0,13 д.а.).

15. Сухотеріна М.І. Мониторинг в системі інформаційного потенціала машинобудівного підприємства : *Materialy IX miedzynar. nauk.-prakt. konf. [«Kluczowe aspekty naukowej dzialnosci-2013.»]*, (Польща, Przemysl, 7-15.01.2013г.) / М.І. Сухотеріна. – Przemysl: Nauka I studia, 2013. – Vol. 5. – С. 3-5. (0,15 д.а.).

16. Сухотеріна М.І. Мониторинг виробничого потенціала машинобудівного підприємства для оцінки його конкурентноспроможності : *Матеріали Міжнародн. наук.-практ. конф. [«Наука, образование, общество: проблемы и перспективы развития»]*, (РФ, Тамбов, 29.03.2013г.) / М.І. Сухотеріна. – Тамбов: [ТРОО «Бизнес-Наука-Общество»], 2013. – Т. 2. – С. 124-125 (0,08 д.а.).

17. Сухотеріна М.І. Некотеріе вопросы реализации принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності машинобудівних підприємств : *Матеріали Міжнародн. наук.-практ. конф. [«Экономика и управление: современный взгляд»]*, (РФ, Черкесск, 30.11.2013г.) / М.І. Сухотеріна. – Москва: Изд-во ООО «Аспект», 2013. – С. 143-147 (0,16 д.а.).

18. Сухотеріна М.І. Етапи розвитку уявлень про соціальну відповідальність : *Матеріали I Всеукр. наук. конф. [«Історія Одеси: від середньовіччя до сьогодні (до 600-річчя першої письмової згадки про Кочубіїв – Хаджибей – Одесу)»]*, (Україна, Одеса, 28-29.05.2015р.) / М.І. Сухотеріна. – Одеса: ОНПУ, 2015. – С.144-146 (0,08 д.а.).

19. Сухотеріна М.І. Впровадження соціальної відповідальності в систему корпоративного управління машинобудівного підприємства (з досвіду вітчизняних машинобудівних підприємств) : *Матеріали Міжнародн. наук.-практ. конф. [«Гуманітарні науки у контексті суспільно-політичних викликів»]*, (Україна, Одеса, 21-22.05.2015р.) / М.І. Сухотеріна. – Одеса: ОНПУ, 2015 – С. 21-24 (0,19 д.а.).

Інші видання

20. Сухотеріна М.І. Екологічна складова соціальної відповідальності машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] / С.В. Філіппова, М.І. Сухотеріна // *Економіка: реалії часу*. – 2015. – № 1, (17). – С. 204-208. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n1.html>. – Назва з екрана. – доступно на 30.04.2015. (0,47 д.а., особистий внесок здобувача: узагальнено досвід підприємств з реалізації природоохоронних програм – 0,16 д.а.). ***Журнал індексується та реферується в зарубіжних базах даних: РІНЦ (Росія), Index Copernicus (Польща), Ulrich's Periodical Directory (США), EBSCO Publishing (США), Google Scholar (США).***

АНОТАЦІЯ

Сухотеріна Марія Ігорівна. Механізм соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами

економічної діяльності). – Одеський національний політехнічний університет, Одеса, 2016.

Досліджено механізм соціальної відповідальності та його інтегрування у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства.

Узагальнено теоретичний базис соціальної відповідальності, уточнено її зміст, місце та основні завдання в стратегії корпоративного управління підприємства. Досліджено стан та шляхи просування соціальної відповідальності у діяльності машинобудівних підприємств, оцінено їх готовність до впровадження її механізму у стратегію корпоративного управління. Визначено основні тенденції та ієрархічну рольову визначеність учасників процесу розвитку суспільної відповідальності бізнесу в Україні, систематизовано його нормативне забезпечення. Обґрунтовано: методи, перешкоди та перспективи впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність підприємств; шляхи та підходи до інтегрування її механізму у стратегію корпоративного управління машинобудівного підприємства. Розроблено методичні підходи та індикатори оцінювання корпоративної соціальної відповідальності та її інформаційне забезпечення.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративне управління, механізм, машинобудівне підприємство, інтегрування, методичні підходи, нефінансова звітність, індикатори оцінки, ефективність.

АННОТАЦИЯ

Сухотерина Мария Игоревна. Механизм социальной ответственности в стратегии корпоративного управления машиностроительного предприятия. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.04 – экономика и управление предприятиями (по видам экономической деятельности). – Одесский национальный политехнический университет, Одесса, 2016.

Исследование теоретического базиса общественной и корпоративной социальной ответственности (КСО) позволило обобщить изменения содержания теоретических представлений о социальной ответственности от добровольной общественной ответственности бизнеса к публично-правовой ответственности на всех уровнях отношений общества и бизнеса в ее приоритетах, функциональной содержательности, составе заинтересованных сторон, методах продвижения, горизонте действий и регламентированности. Уточнено ее содержание относительно стратегии корпоративного управления машиностроительного предприятия как совокупности соответствующих управленческих решений и мероприятий.

Исследовано корпоративное управление как внутренняя среда корпоративной социальной ответственности, место и основные задачи которой определены с позиции управленческих решений, ближнего и дальнего круга объектов. Доказано, что на уровне стратегии все задачи корпоративной социальной ответственности одинаковы для предприятий всех видов экономической деятельности, а специфика отрасли проявляется на уровне детализации задач, доведения их до тактических мероприятий. Определены объекты и основные задачи социальной ответственности в корпоративном управлении машиностроительного предприятия, позволяет

рассматривать общественную ответственность как важный социальный ресурс предприятия, способный формировать его конкурентные преимущества, обеспечивать устойчивость развития, адекватно реагировать на внутренние и внешние социальные вызовы, превращая их из ограничений в преимущества.

Исследование состояния деятельности машиностроительных предприятий позволило оценить их готовность к внедрению механизма корпоративной социальной ответственности в стратегию корпоративного управления как частичную, так как большинство предприятий недостаточно осознает важность корпоративной социальной ответственности и осуществляет ее несистемно. Причина заключается в том, что украинское общество долгое время было изолировано от мировой управленческой мысли, поэтому сегодня отечественным предприятиям достаточно сложно внедрять новые управленческие концепции и организационные структуры. Однако, они проявляют определенную социальную активность, во многом имеет закрытый для общественности характер по причинам неразвитой налоговой системы и негативного отношения к бизнес-сообществу в обществе. Основные пути продвижения КСО и СВБ образуют нормативная, информационная, методологическая, учебная и консультационная поддержка.

Анализ тенденций процесса развития общественной ответственности бизнеса в Украине позволил обосновать недостаточность нормативного обеспечения, что значительно сдерживает желание предприятий использовать три составляющие КСО, которые есть с точки зрения украинских предприятий: законопослушность бизнеса и добросовестная уплата налогов; ответственность за развитие персонала; ответственность перед социальным окружением в составе партнеров по бизнесу и местных общин. Украинские машиностроительные предприятия в целом готовы двигаться в сторону большей социальной ответственности и социальной отчетности в случае ее легитимации и определения рамок со стороны государства. Предприятия внедряют КСО добровольно, однако, обосновано, что в последнее время к этому процессу активно привлекаются структуры и общественные организации и государство, изменяя иерархическую ролевую определенность функций персонала предприятий, стейкхолдеров, общества и государства в целом.

В процессе обоснования целесообразности и механизма внедрения предприятиями КСО обнаружены ее внешние и внутренние предпосылки и десять групп препятствий, сгруппированные по влиятельности на процесс интегрирования КСО. Дополнены направления перспектив внедрения корпоративной социальной ответственности для машиностроительных предприятий особой значимости социальных ресурсов, которую они приобретают в экономике знаний. Внедрение КСО требует назначения ответственных за ее вопросы на предприятии. Выработка приоритетов должна стать прерогативой высшего звена руководства. На крупных машиностроительных предприятиях в структуре корпоративного управления целесообразно создавать Комитет по социальной ответственности, для средних и малых предприятий – должность менеджера по КСО, компетентности и компетенции которого определены в исследовании.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративное управление, механизм, машиностроительное предприятие, интегрирование, методические подходы, нефинансовая отчетность, индикаторы оценки, эффективность.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративное управление, механизм, машиностроительное предприятие, интегрирование, методические подходы, нефинансовая отчетность, индикаторы оценки, эффективность.

SUMMARY

Sukhoterina Maria Igorivna. The mechanism of social corporate responsibility in the strategy of corporate management of the machine-building enterprise. – Manuscript.

Thesis for a candidate of economic sciences, specialty 08.00.04 – Economics and Management of Enterprises (According to the Types of Economic Activities). – Odessa National Polytechnic University, Odessa, 2016.

The mechanism of social responsibility and its integration in the strategy of corporate management of machine-building enterprises.

The theoretical basis of social responsibility, clarified its meaning, place and the main objectives in the strategy of corporate management. The state and ways of promoting social responsibility in the activities of engineering companies assessed their readiness for the implementation of its mechanism of corporate governance strategy. The main trends and hierarchical role of stakeholders certainty of social responsibility in Ukraine systematized its regulatory support.

Grounded: methods, obstacles and prospects of implementation of CSR activities of companies; ways and approaches to the integration of its mechanism of corporate governance strategy in machine-building enterprise. Methodical approaches and indicators evaluating corporate social responsibility and its information security.

Keywords: social responsibility, corporate governance mechanism, machine-building enterprise, integration, methodological approaches, non-financial reporting, indicators for assessing effectiveness