

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту і маркетингу

Кваліфікаційна робота бакалавра з менеджменту

**на тему: «Соціальна відповідальність у менеджменті організації»
(на прикладі ГО «Спілка підприємців малих середніх і
приватизованих підприємств України»)**

Допущено до захисту
«__» _____ 2020 року

Студента групи М 03-16
факультету економіки і права
освітньо-професійної програми
Менеджмент комерційної діяльності
За спеціальністю 073 Менеджмент
Шмирьова Ігора Олеговича

Завідувач кафедри
менеджменту і маркетингу
_____ Тарасюк М.В.
(підпис)

Науковий керівник:
Доктор економічних наук., проф.
Тарасюк М. В.

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ.....	8
1.1 Сутність соціальної відповідальності	8
1.2 Теорії соціальної відповідальності.....	16
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ГО «СПМСРПУ».....	24
2.1 Загальна характеристика діяльності Співки підприємців малих середніх і приватизованих підприємств України	24
2.2 Формування та просування корпоративної соціальної відповідальності у середовищі малого і середнього підприємництва.	50
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГО «СПМСРПУ»	55
3.1 Шляхи щодо удосконалення соціальної відповідальності	55
3.2 Методи просування соціальної відповідальності на прикладі ГО «СПМСРПУ».....	63
ВИСНОВКИ.....	68
РЕЗЮМЕ	70
RESUME.....	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	73
ДОДАТКИ.....	78

ВСТУП

У наш час в світі відбувається зміна пріоритетів та моральних цінностей суспільства. Конкурентоздатність підприємства наразі забезпечують не лише економічні показники, а й рівень соціального забезпечення працівників, розробка та реалізація програм підтримки лікарень та шкіл, дитячих будинків впровадження екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій, запровадження на підприємстві механізму контролю якості, перехід на відтворювану енергію тощо. Такий підхід до ведення підприємницької діяльності сформувався в концепцію корпоративної соціальної відповідальності. Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії держави і підприємців, а також підприємців і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку суспільства. У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятою традицією, якої дотримується значна кількість великих, середніх і малих підприємств.

Дослідженням питань соціальної відповідальності бізнесу займалися Ю. Благов, Р. Краплич, А. Каптерев, Н. Калінкіна, Н. Піроженко, В. Мартиненко, С. Литовченко. Відсутність єдиних підходів до трактування категорії «соціальна відповідальність організації» предмету та принципів відповідальної діяльності, неоднозначність висновків щодо впливу соціальної відповідальності на ефективність управління та прибутковість підприємства зумовлюють необхідність подальших досліджень. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну значимість, що містить у собі соціальна відповідальність, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів заходів зі стимулювання бізнесу до такої відповідальності.

Метою роботи – дослідити теоретичні і практичні аспекти впливу соціальної відповідальності на діяльність організації, розробка пропозицій та рекомендацій щодо вдосконалення соціальної відповідальності організації.

Для досягнення мети роботи, були поставлені такі завдання:

- розкрити сутність соціальної відповідальності у менеджменті організації;
- дослідити теорії соціальної відповідальності;
- надати загальну характеристику діяльності ГО «СПМСПУ»;
- проаналізувати формування та просування соціальної відповідальності у середовищі малого та середнього підприємництва;
- виявити шляхи щодо вдосконалення соціальної відповідальності;
- запропонувати новітні методи щодо просування соціальної відповідальності.

Об'єктом дослідження виступає соціальна відповідальність організацій.

Предметом дослідження є сучасний стан соціальної відповідальності організацій в Україні. А також систематизація понять, пов'язаних з соціально відповідальною діяльністю, аналіз мотивів та переваг соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання.

Визначення терміна «соціальна відповідальність» ще не є чітко сформульованим. Так, Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку визначає соціальну відповідальність як «зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя» У сфері економіки принцип відповідальності бізнесу за соціальний розвиток вперше було сформульовано в монографії Г. Саймона «Соціальна відповідальність бізнесу та конкурентоспроможність». Наукова новизна полягає у своїй першості, відкриті проблем та шляхів їх вирішення соціальної відповідальності бізнесу, зокрема окремі її аспекти.

Кваліфікаційна дипломна робота за своєю структурою включає: вступ, три розділи, висновки, резюме, список використаних джерел, додатки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

1.1 Сутність соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність стрімко і успішно реалізується в усьому світі. Організації не просто намагаються допомогти суспільству вирішувати проблеми, інвестуючи гроші в розвиток освітньої, медичної систем, науки, підтримуючи соціально незахищені верстви і піклуючись про захист природи, - вони отримують певні вигоди від цієї діяльності. У європейських країнах соціальна відповідальність організації існує як стійкий соціальний інститут, вона раціональна і ефективна. Це основна відмінність її від звичайної благодійності. Особливого значення набуває соціальна відповідальність бізнесу в умовах світової фінансово-економічної кризи. Якщо в період економічного підйому багато компаній розглядали соціально відповідальну політику як економічно вигідний спосіб інвестування у власний імідж, то в нових умовах чисто економічна ефективність такого інвестування стає, як мінімум, сумнівною. Це висуває на перший план соціальні аспекти відповідальності бізнесу перед суспільством. Соціально відповідальні ініціативи можуть бути найкращим способом сприяти суспільству та його людям. Завдяки місцевим чи національним благодійним внескам підприємства можуть допомогти суспільству. Підприємства можуть долучитися до суспільства та допомогти йому прогресувати, приймаючи від імені компанії соціальні ініціативи, такі як інвестування в освітні програми для бідних та дітей на вулиці та діяльність по догляду за бездомними. Вони можуть підтримувати місцеву благодійну організацію, яка робить фінансовий внесок у ефективні благодійні проекти.

Вагоме місце серед досліджуваних джерел займають офіційні документи громадських і міжнародних організацій, що відображають суть основних концепцій соціальної відповідальності організацій та підходів до їх практичної реалізації, а також реальний стан справ у сфері соціальної відповідальності

підприємств, в тому числі в нашій країні. Найбільшу ініціативність у сфері корпоративної соціальної відповідальності виявляють представники організацій, діяльність яких безпосередньо пов'язана із соціальною відповідальністю бізнесу.

Визначення соціальної відповідальності включає в себе різноманітні взаємодоповнюючі та альтернативні теорії. Теоретичне обґрунтування інституту соціальної відповідальності бізнесу включає спроби узгодження результатів і намірів ринкової економіки. Прихильники ліберальної теорії відстоюють точку зору, згідно якої бізнес може принести більшу користь суспільству лише у тому випадку, якщо прагне досягти своїх інтересів. На думку М. Фрідмена, підприємство не відповідальне перед суспільством і окремими соціальними групами, а тільки перед своїми власниками, при цьому максимізація прибутку є основною формою соціальної відповідальності корпорації. М. Фрідмен вважає, що відповідальність бізнесу перед суспільством безпосередньо пов'язана з дотриманням законодавства, а опосередковано – із забезпеченням зайнятості та інноваціями. При цьому усі інші зобов'язання мають штучний характер. Прихильники соціальної відповідальності бізнесу, поряд з мотивами максимізації прибутку, відстоюють ідею поєднання в довгостроковій перспективі інтересів суспільства і бізнесу в такій формі, при якій успіх можливий в першу чергу при узгодженні корпоративних інтересів з громадськими цілями [5].

Відповідно до процесу інституціоналізації концепції соціально відповідального бізнесу, ми можемо виділити п'ять основних тенденцій, концептуалізацію соціально відповідального бізнесу в програмних рішеннях та документах діючих організацій, розроблення та впровадження стандартів та показників корпоративної соціальної відповідальності, поширенні добровільні нефінансові звіти організацій. Концепції соціально відповідального бізнесу не є однорідною за своїм змістом, ряд її положень завжди були предметом дискусій. До дискусійним відносяться такі пункти, як

- Саме поняття соціальної відповідальності організації;

- економічна ефективність політики соціальної відповідальності;
- об'єктивність та достовірність оцінки соціальної участі організації;
- добровільність соціальної відповідальності бізнесу;

Соціальна відповідальність включає не тільки прямі комерційні вигоди, вони також спрямовані на поліпшення соціального статусу, накопичення позитивної репутації підприємства. Подібна стратегія розвитку соціальної відповідальності в організаціях демонструє прагнення людства забезпечити екологічно безпечний розвиток у всіх аспектах соціальної та громадської діяльності. Розробляючи соціально відповідальні бізнес-програми, необхідно дотримуватися таких принципів, як:

- комплексний підхід до забезпечення продуктивної зайнятості працівників;
- активні дії щодо сприяння зайнятості (в тому числі сприяння в працевлаштуванні, професійне навчання та професійні орієнтації, громадські роботи, тимчасова зайнятість, сприяння в розвитку підприємницької ініціативи та ін.);
- ефективне прогнозування соціальних наслідків реструктуризації підприємств, засноване на наукових методиках.

Загальний висновок досліджень полягає в тому, що перспективи розвитку концепції соціальної відповідальності бізнесу та формування реалізують цю концепцію соціальних практик та інститутів в Україні вимагає опори не тільки на класичні моделі соціально відповідальних організацій, вироблені з урахуванням умов країн з розвиненими традиціями ринкового капіталізму, але і на принцип синергетичного взаємодії бізнесу з державної і муніципальної владою, що відображає специфіку української соціально-економічного середовища та управлінських традицій, а також активне залучення до програм соціальної відповідальності керівників малого і середнього бізнесу України. Слід перерахувати вигоди, які отримує бізнес дотримуючись принципів соціальної відповідальності, є такі:

- поліпшення публічного іміджу;

- зростання довіри населення до діяльності компанії, її товарів та послуг;
- підвищена задоволеність працівників, забезпечення лояльності персоналу;
- підвищення творчості;
- відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти;

Проаналізуємо окремі переваги, які отримує суспільство від дотримання бізнесом принципів соціальної відповідальності:

- можливість встановлення партнерських відносин між бізнесом, владою і громадськістю;
- можливість надання адресної екстреної допомоги громадянам, які її потребують;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- можливість підтримки громадських ініціатив, інноваційних проектів, розвиток соціальної і творчої активності населення, збереження та використання "інтелектуального ресурсу" на потреби країни і регіону [1].

Діяльність держави, направлена на закріплення і розвиток соціальної відповідальності організацій, ставить під сумнів принцип добровільності як одну з визначальних характеристик цієї відповідальності. У зв'язку з цим виникає припущення, що розглянута класична концепція соціальної відповідальності бізнесу є історично обумовлений феномен, що сформувався при певному історично унікальному поєднанні соціально-економічних, соціально-політичних і соціально-психологічних умов.

При зміні хоча б одного з цих умов соціальна відповідальність бізнесу може придбати принципово нові риси, що можна спостерігати на прикладі України. В ході дослідження було виявлено наступні особливості концепції соціально відповідального бізнесу в Україні. У нашій державі мало практики застосування принципів та цінностей корпоративної соціальної відповідальності. Поштовхом до їх розповсюдження був той момент, коли

український бізнес вперше відчув ризики накопичення соціальної напруги в суспільстві. На мою думку ефективними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем є такі:

- створення базових сприятливих організаційно-правових умов для діяльності суб'єктів господарювання, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем;
- надання пільг по податках, зборах, орендній платі та інших платежах підприємствам і організаціям, які займаються шефською, спонсорською, благодійною діяльністю;
- цільова фінансова підтримка недержавних суб'єктів соціальної політики за рахунок бюджетних коштів;
- розвиток та впровадження економічних та інших санкцій до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам територіальної громади [21].

В таких умовах глобалізації та інтеграції жодна країна, яка може чи не прагне бути віднесеною до категорії розвинених, не може уникнути вирішення ідеї посилення соціальної відповідальності. У той же час, на мою думку, його рішення повинно ґрунтуватися на запровадженні певних стандартів соціальної відповідальності. Це необхідно для того, щоб можна було порівняти результати, досягнуті різними країнами та економічними суб'єктами, а також ефект їх зусиль. Розробка стандартів повинна базуватися на формуванні принципів, правил та механізмів довіри населення, партнерства та соціального розвитку

Реалізація підходу до реалізації корпоративної соціальної відповідальності можлива за умови довгострокового планування та стратегічного управління як в системі державного управління, так і в діяльності суб'єктів господарювання. Тому, на мою думку, допомогу підприємцям та бізнесменам з боку держави потрібно надавати у вигляді:

- пріоритетних цільових позик;
- доступ до інвестицій;
- можливості відбору кваліфікованого персоналу;

- пільгові умови реклами товару;
- пільгове оподаткування;
- полегшений доступ до ринків;
- стимулювання місцевих органів влади придбавати товари,

виготовлені соціально відповідальним підприємцем тощо. Я вважаю, якщо для бізнесу будуть створені такі умови, то можна сподіватися, що відносини між суспільством і бізнесом матимуть довгостроковий та плідний характер [2].

У працях «Держава», «Закони», «Політика» Платон осмислював відповідальність яка осмислює моральний обов'язок перед державою, формуванню якого сприяють етичне виховання та філософські роздуми, як стан, котрий відповідає внутрішнім переконанням людини, її моральним якостям, уявленням щодо справедливості. Він трактував окреслені властивості як прояв добродійності, притаманної громадянам. Платон у своїх працях представляє подвійний характер відповідальності: моральна відповідальність та відповідальність перед законом, котра трансформується у відповідальність за його порушення. Відтак йдеться про два аспекти – позитивний (моральна відповідальність перед суспільством, державою) та негативний (відповідальність, що її людина зазнає у випадку порушення встановлених норм) [3]. Уникнути відповідальності, вважає Сократ, набагато гірше, ніж її зазнати, оскільки така особа не в змозі позбутися страждань та мук совісті, котрі є засобом утримання душі від зла, якщо вона є нерозумною та нечесливою, позаяк після непокараного зла йде більше за обсягом зло, потім – наступне і таким чином – до безкінечності.

Рівень соціальної активності Українських компаній ближче до традиційної благодійності, з тенденцією збільшення числа компаній - стратегічних благодійників. Приклади соціального інвестування (серед компаній, представлених в розглянутих нами дослідженнях) практично відсутні. Соціальна відповідальність характеризується наявністю таких ознак: - це соціальне явище, наділене конкретно-історичним змістом; - це свідоме здійснення обов'язку особи перед суспільством; - його виконання є велінням

совісті суб'єкта; - невиконання обов'язку передбачає той чи інший ступінь осуду такої особи суспільство; - містить ініціативний характер; - надає перевагу або суспільному суб'єкту, або ж індивідуальному суб'єкту, котрий, ймовірно, трактується як представник суспільства чи соціальної групи [23]. Соціальна відповідальність незалежно від рівня та масштабу дослідження визначається на глобальному, національному, регіональному та виробничому рівнях. Глобальний рівень розкриває зміст соціальної відповідальності через визначення проблем та умов існування людства та пошук шляхів їх розв'язання завдяки поширенню соціальної інтеграції, спрямованої на забезпечення сталого розвитку незалежно від місця проживання та расової приналежності. Питання доцільності запровадження принципів соціальної відповідальності в практику господарювання вітчизняних підприємств не повинно викликати сумніву. Проте, на даний час, у середовищі українського бізнесу переважає суто декларативний підхід до цього питання. Хоч більшість компаній і декларують себе соціально відповідальними, чітку та системну роботу в цьому напрямку проводять одиниці. Соціальна відповідальність є одним із тих факторів, що впливає на загальну економічну ефективність діяльності підприємств. Однак, це досягається тільки за умови постійної діяльності в сфері корпоративної соціальної відповідальності. Усвідомлення цього факту, безперечно, призведе до підвищення уваги бізнес одиниць до питань, що відображають роботу у напрямку підвищення загального рівня реагування на вимоги стейкхолдерів (зацікавлених осіб). Соціальна відповідальність бізнесу в Україні розвивається стихійно. Не існує чітко виписаних державних чи виважених корпоративних рішень для її впровадження, у більшості випадків не визначені ті напрямки соціалізації бізнесу, які можуть забезпечити максимальну віддачу [13].

Соціальна відповідальність виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача, зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів, висококваліфікованих спеціалістів. Соціальна відповідальність має дві форми реалізації: добровільну – виражену в

обов'язку суб'єкта виконувати приписи соціальних норм його правомірною поведінкою і реакцією на нього, і примусову – виражену в обов'язку порушника соціальних норм підпорядкуватися різноманітним заходам суспільного і державного примусу. Соціальна відповідальність включає етичний, правовий, екологічний та соціальний контексти діяльності підприємств проявляється в довгостроковій участі в конкретних проектах, що сприяють покращанню добробуту суспільства. Правильна та дієва соціальна політика компаній є ефективною інвестицією в персонал, в соціальний потенціал виробництва. Світовий досвід сформував критерії, відповідність яким дозволяє визначити компанію як соціально відповідальну. До них належать:

- добросовісна сплата податків;
- виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства;
- виробництво та реалізація якісної продукції;
- реалізація корпоративних програм з підвищення кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників;
- реалізація благодійних і спонсорських проектів;
- захист екології та ін. [20].

На підприємстві зовнішня соціальна відповідальність включає, як правило, спонсорську та корпоративну благодійність, охорону навколишнього середовища, взаємодію з місцевими органами влади, особливо в кризових ситуаціях, відповідальність перед споживачами. Внутрішня соціальна відповідальність має місце у вигляді підвищення рівня безпеки праці, підвищення розміру заробітної плати, обов'язкове медичне страхування працівників, підвищення професійної кваліфікації. Сприятливі для бізнесу довгострокові перспективи, допомога у вирішенні соціальних проблем, в т.ч. своїх працівників. Порушення принципу максимізації прибутку. Неможливість забезпечення високого рівня підзвітності суспільству. Невміння вирішувати

соціальні проблеми Зростання собівартості за рахунок збільшення соціальні витрат [9].

До недоліків соціальної відповідальності в організації можна віднести:

- Витрати: Фактор витрат впливає на організацію двома способами, коли вона вбудовує систему соціальної відповідальності у свою діяльність. По-перше коли організація шукає та встановлює методи, що відрізняються від звичного для них способу функціонування, для задоволення вимог соціальної відповідальності, їм потрібно понести спеціальні витрати на впровадження іншого режиму праці, яка стає обтяжливою для організації. По-друге, організація зобов'язана виконати певні дії що понесуть за собою додаткові витрати, наприклад, на навчання працівників, інвестування у спеціальні програми для покращення життєдіяльності суспільства, а також на безпеку навколишнього середовища.

- Інтереси акціонерів: як було вже вище зазначено, що коли корпорації доводиться вкладати систему соціальної відповідальності у свої роботи, витрати мають тенденцію до зростання і такі витрати, очевидно, оплачуються коштами акціонерів, в результаті чого може з'явитися конфлікт інтересів.

- Використання виключно в рекламних цілях.

Отже, поняття «соціальна відповідальність» можна розуміти як, відповідальність підприємства не тільки перед його власниками, акціонерами, а й перед суспільством яке є невід'ємною частиною самої організації. До основних критеріїв визначення соціально відповідального підприємства слід віднести: сплату податків, реалізацію корпоративних програм, захист екології тощо.

1.2 Теорії соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність у менеджменті організації стосується її морально-етичних зусиль, які докладаються компанією задля покращення

суспільства певним чином. Сьогодні компанія може внести свій внесок у численні способи покращення суспільства, починаючи з пожертвування грошових коштів некомерційним організаціям чи благодійним організаціям чи впровадження екологічно чистої політики на робочому місці.

Утворення і розвиток соціальної відповідальності у компанії може дати ліпшу позицію над конкурентами та допоможе створити репутацію відповідальної, дбаючої організації. Компанії повинні дотримуватися відповідальної та етичної політики, оскільки це сильно впливатиме на їх репутацію. На сьогоднішній день клієнти вважають за краще спілкуватися з відповідальними компаніями та наполягають на тому щоб організації брали участь у різних благодійних, соціальних проектах [15].

Загалом найчастіше виділяють три теорії соціальної відповідальності:

- Теорія корпоративної соціальної відповідальності

Назва корпоративної соціальної відповідальності має два значення. По-перше, це загальна назва будь-якої теорії організації, яка підкреслює як спроможність заробляти гроші, так і відповідальність перед суспільством етично взаємодіяти з навколишнім середовищем. По-друге, корпоративна соціальна відповідальність - це також специфічна концепція відповідальності за отримання прибутку, граючи роль у ширших питаннях добробуту громади.

Оскільки теорія того, як корпорації взаємодіють із навколишнім співтовариством та ширшим світом доволі різнобічна, корпоративна соціальна відповідальність складається з чотирьох зобов'язань:

Економічна відповідальність: ціллю якої є гроші. Це зобов'язання є діловою версією інстинкту виживання людини. Компанії, які не отримують прибутку, - в сучасній ринковій економіці - приречені на загибель. Звичайно, є особливі випадки. Некомерційні організації заробляють гроші (від власної діяльності, а також за рахунок пожертв та грантів), але повертають їх у свою роботу. Також державні або приватні гібриди можуть діяти без отримання прибутку. У деяких містах наприклад збиранням сміття займається така

організація, яка підтримує чистоту вулиць, не роблячи когось багатим. Однак для переважної більшості діяльності повинні бути прибутки.

Правова відповідальність або юридична: У кожному сучасному суспільстві приймаються закони і затверджуються правила регулювання, яких повинен притримуватися бізнес. До сфери юридичної відповідальності відноситься те, що в суспільстві вважається корпоративною поведінкою. Передбачається, що підприємство буде досягати своїх економічних цілей, не виходячи за рамки законів. Юридичні вимоги визначаються місцевими міськими радами, законодавцями окремих суб'єктів федерації і федеральними органами управління. Діяльність організації, яка порушує закони, оцінюється негативно. Юридична відповідальність - це необхідність слідувати конкретним законам і нормам державного регулювання, зафіксованим в законах і містить певні санкції за їх невиконання.

- Теорія потрібного критерію

Суть теорії полягає у тому, що до підприємці чи менеджери повинні брати до уваги підсумкові результати не тільки з економічної точки зору (витрати в порівнянні з доходами), але і з точки зору ефективності компанії в соціальній сфері і в ставленні до навколишнього середовища. У цій ідеї є два ключі. По-перше, три стовпці відповідальності повинні зберігатись окремо, а результати повідомляються незалежно для кожного. По-друге, у всіх трьох цих сферах компанія повинна отримати стійкі результати.

Поняття стійкості дуже специфічне. На перетині етики та економіки стійкість означає довгострокове підтримання рівноваги. На думку теоретика Джона Елкінгтона, ось як баланс визначається та досягається економічно, соціально та екологічно:

Економічна стійкість цінує довгострокову фінансову міцність над більш мінливими, короткостроковими прибутками, незалежно від того, наскільки високими. Відповідно до моделі потрібного критерію, великі корпорації несуть відповідальність за створення бізнес-планів, що дозволяють стабільні та тривалі дії. Ця упередженість на користь тривалості повинна змусити компанії вагатися

з приводу інвестицій у такі речі, як крапки. Хоча це правда, що спекулятивні підприємства можуть призвести до падіння вітрів, вони також можуть призвести до краху. Наприклад, у Силіконовій долині, Каліфорнія, повно маленьких стартап-компаній. Кілька з них перетворюються на наступні Google, Apple та Microsoft. Однак, що залишається осторонь у газетних повідомленнях, які привіталися за досягнення Стіва Джобса або Білла Гейтса - це всі ті, хто ніколи цього не зробив - всі ті, хто вклав сімейні заощадження в проект, який закінчився банкрутством.

Цінності соціальної стійкості балансують у житті людей та в тому, як ми живемо. Світ, у якому кілька керівників заробляють мільйони на рік, тоді як мільйони людей в інших місцях світу, що живуть за копійки в день, не можуть тривати вічно. По мірі зростання дисбалансу, коли багатіші стають багатішими, а бідні стають біднішими та численнішими, шанси на те, що саме суспільство розвалиться в гніві та революції, зростає. Однак це може вказувати на те, що для стабільного розвитку бізнесу в довгостроковій перспективі необхідно розширити можливі соціальні проекти, щоб охопити та допомогти якомога більшій кількості людей.

Соціальна стійкість не закінчується грошима; це також вимагає поваги людини. Вся робота, що логіка стабільності диктує, містить гідність, і жодні працівники не заслуговують, щоб до них ставилися як до машин чи як до інструментів на виробничій лінії. У сучасному капіталізмі багато хто бачить - а сприйняття особливо сильне в Європі - світі, в якому гідність позбавлена великої кількості професій і професій. Вони бачать працівників з мінімальною заробітною платою, яких звільняють, як тільки настає наступний економічний спад. Видно начальників, які наймають працівників у тимчасових агентствах, швидко перевертаючи їх, навіть не намагаючись дізнатися їх імена. Так само, люди в певний момент не витримують мінімальної заробітну плату, в той час як їх начальники отримують мільйони, так і в кінцевому підсумку вони відмовляються працювати.

Екологічна стійкість починається з твердження, що природні ресурси - особливо мазут, що підживлює наші двигуни, чисте повітря, яке ми дихаємо, та воду, яку ми п'ємо - обмежені. Якщо ці речі значно погіршаться, наші діти не зможуть насолоджуватися такою ж якістю життя, яку відчуває більшість із нас. Отже, збереження ресурсів стає надзвичайно важливим, як і розвиток нових джерел енергії, які можуть замінити ті, які ми зараз використовуємо [19].

Наприклад випадок промислової хімічної компанії, що викидає токсини в землю, які вириваються роками пізніше із жахливими наслідками, свідчить про те що: не тільки ресурси обмежені, але наша земля обмежена здатністю до природного відновлення чистого повітря та води з димових каналів та стоку наших галузей. Очевидно, що добросовісні дебати можуть допомогти людям зрозуміти де ці межі. Наприклад, чи випустили ми в атмосферу парникові гази настільки сильно, що температура землі зростає. Ніхто точно не знає, але певно, що десь є межа; в якийсь момент забруднення, зробить це місце непридатним для життя. Нарешті, на цьому екологічному фронті стійкість означає, що необхідно вжити заходів для оновлення нашого природного світу. Тут є важливою переробка чи очищення забруднень, які вже існують, як обмеження забруднення, що викидається з заводів, автомобілів та споживчих товарів. Все це - дії, які організації повинні підтримувати, не тому, що вимагають цього юридично, а тому, що збереження живої планети є прямим зобов'язанням в рамках моделі потрійної нижчої лінії відповідальності бізнесу.

Ці три поняття стійкості - економічної, соціальної та екологічної - направляють бізнес до дій, що відповідають принципу концепції корпорації як громадянина частини спільноти.

- Теорія зацікавлених сторін

Теорія зацікавлених сторін, описана Едвардом Фріманом, є дзеркальним зображенням корпоративної соціальної відповідальності. Замість того, щоб організаціям дивитись на весь світ, щоб побачити, які етичні зобов'язання у них повинні бути. Він перераховує та описує тих людей та групи, на яких впливатимуть дії компанії, і запитує: "Які претензії щодо діяльності

організації?" і "Які обов'язки та обов'язки вони можуть обґрунтовано покласти на певний бізнес?" В одному реченні теорія зацікавлених сторін підтверджує, що ті, чиє життя торкнулася корпорація, мають право та зобов'язання брати участь у її керуванні.

Як простий приклад, коли фабрика виробляє промислові відходи, перспектива соціальної відповідальності покладає на власників фабрики відповідальність за безпечне утилізацію відходів. На противагу цьому, теорія зацікавлених сторін починається з тих, хто живе біля фабрики, тобто кого торкнеться в першу чергу подібна проблема, наполягаючи на тому, що вони мають право на очищення повітря та води. Тому вони є зацікавленими сторонами компанії і їх голос повинен сприяти прийняттю корпоративних рішень [24]. Це правда, що вони можуть не володіти запасами, але вони мають моральну претензію на участь у процесі прийняття рішень. Це дуже важливий момент. Принаймні в теоретичній формі ті, хто впливає на дії компанії, насправді стають кимось на зразок акціонерів та власників. Оскільки їх торкаються дії компанії.

Хто є зацікавленими сторонами компаній. Відповідь залежить від конкретного бізнесу, але перелік може бути досить широким. Якщо підприємство виробляє хімічні речовини для промислового використання наприклад і знаходиться у невеличкому місті під Києвом. Зацікавленими сторонами будуть:

- Власники компаній, приватні особи або акціонери
- Робітники компанії
- Клієнти та потенційні клієнти компанії
- Постачальники та потенційні постачальники компанії
- Усі, хто проживає в місті, які можуть постраждати від забруднення від робочих місць
- Кредитори, чиї гроші чи позиковий товар змішані з діями компанії
- Державні установи, що займаються регулюванням та оподаткуванням

- Місцевий бізнес, який обслуговує працівників компанії (ресторани, де робітники обідають, продуктові магазини, де роблять покупки сім'ї працівників тощо)
- Інші компанії, що працюють в цій же галузі, конкурують за частку ринку
- Інші компанії, які можуть зазнати нових проблем через забруднення на цьому заводі

Перші п'ять у списку - акціонери, працівники, клієнти, постачальники та громада - можуть бути названі п'ятьма основними зацікавленими сторонами.

Зовнішні межі зацікавлених сторін розмиті. В абстрактному розумінні, кожен у світі вважається учасником будь-якої серйозної фабрики, наскільки ми всі дихаємо тим самим повітрям і тому, що глобальна економіка настільки тісно пов'язана, що рішення, які приймаються в залі засідань в маленькому місті мають вплив на всіх навіть за межами цього міста.

На практиці, однак, сувора теорія зацікавлених сторін - одна з яких наполегливо надає можливість висловлювати етичні претензії щодо тих, хто постраждав від дії компанії. Реально зацікавлені сторони навколо організації повинні бути визначені як ті, на яких відчутно впливає дії цієї організації. Повинна бути неперервана лінія, за якою можна слідувати від корпоративного рішення до життя людини [30].

Після того, як буде виявлено дискретний набір зацікавлених осіб, що оточують підприємство, може початися етика зацікавлених сторін. Метою організації в рамках цієї теорії є максимізація прибутку на колективному підсумку, при цьому прибуток визначається не як гроші, а як людський добробут. Колективна нижня лінія є сумарним ефектом дій компанії на всі зацікавлені сторони. Менеджерам компанії, в першу чергу потрібно не просто представляти інтереси акціонерів (власників компанії), а виконувати більш соціальне завдання - координувати інтереси всіх зацікавлених сторін, врівноважуючи їх у разі конфлікту та максимізуючи суму вигоди в середньо та довгостроковій перспективі. Іншими словами, менеджмент організації

проводить частину дня так само, як завжди : пояснюючи членам правління та акціонерам, що поточні плани принесуть прибуток. Однак іншу частину дня вони проводять розмовляючи з іншими зацікавленими сторонами про їх інтереси наприклад: вони вимагають від місцевих екологів інформації про те, яке забруднення може бути зменшене, вони звертаються за порадами до споживачів щодо того, як можна покращити якість та безпечність продукції тощо. На кожному кроці до зацікавлених сторін відносяться як акціонери, так у перспективі і люди, інтересам яких потрібно слугувати і чиї голоси несуть реальну силу [41].

У результаті дослідження можна встановити, що соціальна відповідальність наразі поділяється на три теорії. А саме теорія корпоративної соціальної відповідальності, теорія потрійного критерію та теорія зацікавлених сторін. Кожна з яких розкриває практичні аспекти різних підходів до реалізації соціальної відповідальності організації.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА ПРИКЛАДІ ГО «СПМСПСУ»

2.1 Загальна характеристика діяльності Спілки підприємців малих середніх і приватизованих підприємств України

Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України, була створена у червні 1990 року, за ініціативою малих підприємств України і особисто заступника начальника Головкиївміськбуду з економічних питань, кандидата економічних наук Єханурова Юрія Івановича.

Юридична адреса: 01601, м.Київ, Шевченківський район, Бульвар Тараса Шевченка будинок 16, кімната 104. Види діяльності за КВЕД: 94.99 Діяльність інших громадських організацій, н. в. і. у. (основний); 94.11 Діяльність організацій промисловців і підприємців.

Основною місією було і залишається «допомога та сприяння поступовому становленню, налагодженню і кооперації малих підприємств, розширення сфери їх діяльності з поступовим перетворенням в розгалужену систему, органічно пов'язану з середніми та великими підприємствами для більш повного забезпечення суспільних потреб у послугах, товарах народного споживання та іншої продукції, усуненню монополії в їх виробництві.»

Основною метою діяльності Спілки є «захист законних соціальних, економічних та інших спільних інтересів своїх членів та сприяння послідовному становленню, розвитку і співробітництву малих, середніх і приватизованих підприємств, розширенню сфери їх діяльності з поступовим перетворенням в розгалужену систему, органічно пов'язану з великими підприємствами для більш повного забезпечення суспільних потреб у послугах, товарах народного споживання та іншій продукції, усуненню монополізму в їх виробництві».

Кількість членів та загальний вплив Спілки за останні роки значно зросли. Більшість її партнерів працюють у наступних полях: меблева, текстильна промисловість, будівельна промисловість, сфера послуг та

інші сфери бізнесу. Членам необов'язково потрібно відповідати критеріям малого та середнього бізнесу, тобто компанії до 250 працівників, організація вітає і більші підприємства. До складу членів входять також різні банки та фінансові установи, які частково функціонують та фінансуються державними органами (ЗАТ «ПроКредитБанк», ПАТ АБ «Укргазбанк»), декілька академій та університетів, незначні асоціації, спілки, гільдії.

Спілка встановила плідні контакти та успішно співпрацює з багатьма організаціями в Україні, що займаються дослідженнями та інноваціями, такими як Український союз промисловців і підприємців, Європейська бізнес асоціація, Спілка роботодавців, Комітет Верховної Ради України з питань промислової і регуляторної політики та підприємництва, Обласні державні адміністрації, Торгово-промислова палата України та інші громадські організації. Партнерами спілки є Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України, Київський національний університет ім. Т.Шевченка, Київський національний лінгвістичний університет, Київський національний торговельно-економічний університет, Тракійський університет, Європейський університет, Міжнародна Фінансова Корпорація, Регіональні торгово-промислові палати, Пенсійний фонд України, Міністерство економіки України, та інші.

В першу чергу, Спілка надає своїм членам з інформаційними - новини про дотаційних пропозицій, банківських продуктів, освіту, підтримка експорту, наукових досліджень, розробок та інновацій, статистика, законодавство і т.д.

Загальна структура організації, ГО «СПМСППУ» є лінійною і зображена на рисунку 2.1.

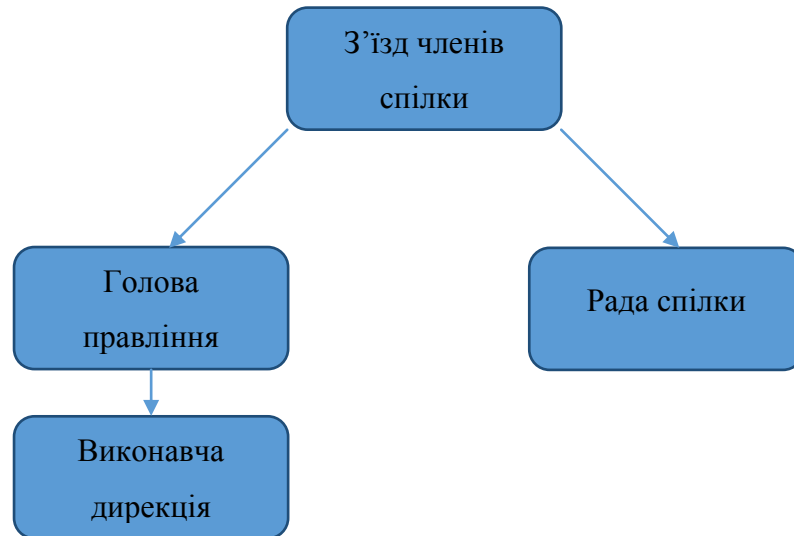


Рис.2.1 Організаційна структура управління

Джерело: власна розробка автора

Слід звернути увагу на те, що діяльність Спілки, як всеукраїнської громадської організації, здійснюється за рахунок власних коштів, які утворюються виключно із вступних та членських внесків [31].

Вищим керівним органом є з'їзд членів Спілки. В період між з'їздами діє Рада Спілки. Виконавчим органом є виконавча дирекція.

Фінансові дані ГО «СПМСППУ» проілюстровані в Додатку А.

Аналіз показників фінансової звітності, показав, що у звітному 2019 році в порівнянні з 2016 роком активи ГО «СПМСППУ» збільшилися на суму 160 тис. грн., а у відсотковому співвідношенні це становить 40 %. Ця зміна відбулася через збільшення членських внесків.

В той же час зі збільшенням об'ємів членських внесків збільшилися і витрати ГО «СПМСППУ». Так, обсяги видатків по категорії з оплати праці у 2019 році в порівнянні з 2018 роком збільшилися на 53 800 грн. або на 19,2%. Також можна відмітити що витрати на оренду та комунальні послуги збільшилися на 76 000 грн. або на 76%. На відміну від інших показників витрати на відрядження у 2019 році у порівнянні з попередніми роками зменшилися 11 000 грн. або на 73.33%. Більш детально тенденції змін в категоріях можна прослідкувати на рис. 2.2.

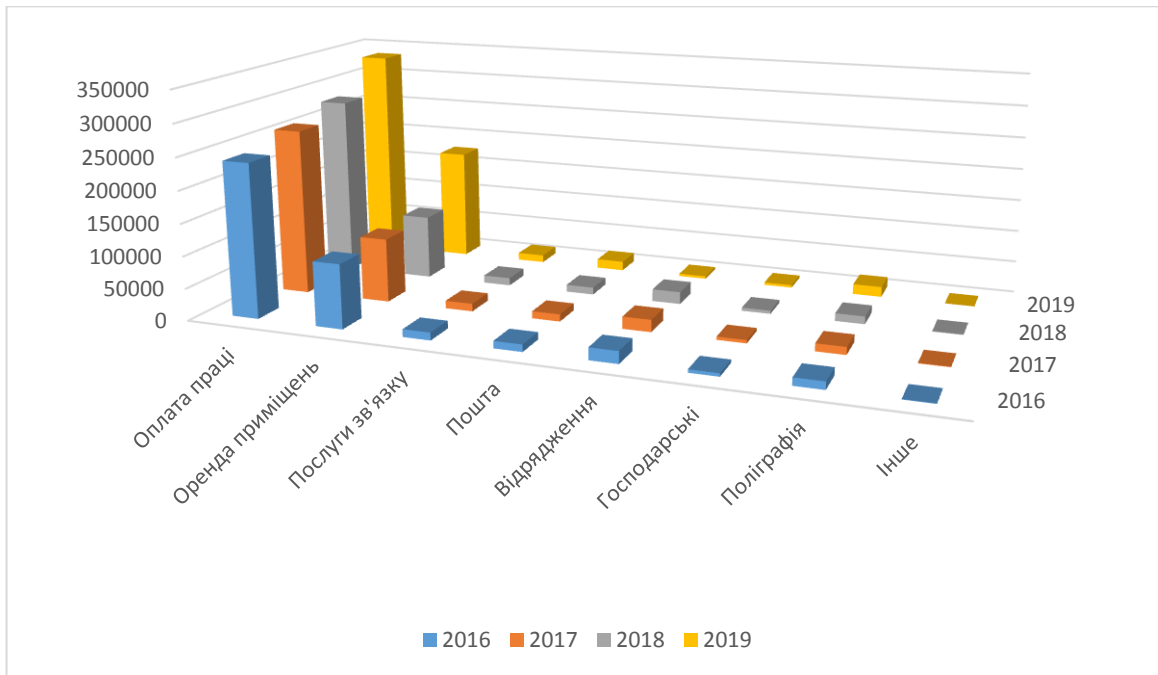


Рис. 2.2. Структура використання грошових коштів ГО «СПМСППУ» у період з 2016 по 2019 рр.

Джерело: власна розробка автора

Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України (далі – Спілка) в період з листопада 2015 року по листопад 2019 року здійснювала свою діяльність в складних політичних та соціально-економічних умовах.

Протягом останніх років Україна вийшла на траєкторію виживання за історичними максимумами ризиків - загроз територіальній цілісності, падіння рівня життя, девальвації національної валюти, скорочення економічного потенціалу, показників експорту, накопичення державного боргу, зростання рівня інфляції, тіньової економіки, рейдерських захоплень тощо.

Факторами, які найбільше дестабілізують економічну ситуацію в Україні, залишаються корупція, імітація реформ в реальному секторі економіки, неподолані наслідки девальвації національної валюти, дефіцит прозорості та координації у здійсненні фінансово-кредитної, валютно-курсової політики НБУ та уряду, несприятливий інвестиційний клімат, фіскальний тиск на бізнес, відсутність рішучих дій з припинення процесу зuboжіння населення.

Накопичення проблем внаслідок непослідовних рішень, прийнятих на основі неглибоких прогнозів, різноспрямованих дій гілок влади у впровадженні змін, передусім в економічній сфері, на жаль продовжується.

В цих умовах увага Спілки, її регіональних відділень, партнерських організацій була сфокусована на першочергових заходах з підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва, на сприянні розвитку економіки, розширенні і поглибленні торговельно-економічних зв'язків між українськими підприємцями і підприємцями зарубіжних країн, виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки.

Спілка, її регіональні відділення, співпрацюючи з іншими об'єднаннями підприємців та роботодавців, органами влади, проводила послідовну політику, спрямовану на захист інтересів малого і середнього підприємництва в Україні, його інформаційне забезпечення, юридичне, економічне консультування, навчання кадрів, надання широкого спектру інших необхідних послуг.

Забезпечуючи постійний моніторинг державної політики щодо розвитку малого і середнього підприємництва, Спілка формулювала і доводила до відома органів державної влади вимоги щодо макроекономічного середовища, яке б сприяло успішній підприємницькій діяльності, в межах компетенції намагалась впливати на формування державної політики у сфері підприємництва.

Робота Спілки, її Ради та виконавчої дирекції протягом останніх років велась в рамках Програми дій Ради та виконавчої дирекції по реалізації основних напрямків розвитку Спілки.

Основними напрямками діяльності Спілки були:

- захист законних прав та інтересів членів Спілки;
- удосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності;
- сприяння створенню інфраструктури малого і середнього підприємництва, розвиток системи Спілки;

- вдосконалення фінансової підтримки малого і середнього підприємництва;
- подальший розвиток співробітництва з іноземними і міжнародними організаціями підприємців та їх об'єднаннями;
- стимулювання технологічного оновлення малого і середнього підприємництва, сприяння створенню нових робочих місць;
- підвищення рівня кваліфікації професійних знань членів Спілки;
- удосконалення інформаційного забезпечення членів Спілки;
- сприяння просуванню корпоративної соціальної відповідальності у середовищі малого і середнього підприємництва.

Звіт про роботу Спілки, її Ради та виконавчої дирекції містить загальну характеристику діяльності, процеси та заходи які здійснювались Спілкою з метою реалізації основного завдання об'єднання підприємців України, а також основні результати діяльності.

1. Захист законних прав та інтересів членів Спілки.

Реалізація цього напрямку залежить від впливу Спілки на вирішення багатьох проблем, з якими сьогодні стикається підприємець. Спілка, її регіональні відділення, осередки, асоціації-партнери протягом звітного періоду здійснювали захист інтересів підприємців у вищих органах виконавчої та законодавчої влади шляхом безпосередньої участі своїх представників (членів Ради, членів Спілки) в роботі громадських формувань:

- Національної тристоронньої соціально-економічної ради;
- Ради підприємців при Кабінеті Міністрів України;
- рад підприємців при обласних державних адміністраціях;
- координаційних рад з питань підприємництва;
- Координаційної ради з питань розвитку підприємництва при виконавчому органі Київської міської ради (Київській міській державній адміністрації);

- Комітету підприємців малого та середнього бізнесу при Торгово-промисловій палаті України
- Експертно-апеляційної ради при Державній регуляторній службі України;
- Ради з акредитації Національного агентства з акредитації України.

Протягом 2015-2019рр. представники Спілки на виконання постанови Кабінету Міністрів України від 03 листопада 2010 року № 996 “Про забезпечення участі громадськості у формуванні державної політики”, брали активну участь у формуванні складу громадських рад при відповідних органах.

Члени Ради, члени Спілки ввійшли до складу громадських рад при міністерствах, інших центральних органах виконавчої влади, обласних та міста Києва державних адміністраціях, в тому числі при:

- Міністерстві фінансів України;
- Міністерстві аграрної політики та продовольства;
- Державній фіскальній службі України;
- Державній регуляторній службі України;
- Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України;
- Антимонопольному комітеті України;
- Державній службі України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів;
- Головному управлінні Державної фіскальної служби України у м.Києві.

Виконавча дирекція Спілки, її регіональні відділення протягом звітнього періоду продовжували роботу по налагодженню контактів, укладанню угод про співробітництво з окремими центральними та місцевими органами виконавчої влади.

Так, 12 червня 2018р. було підписано Меморандум про партнерство і співпрацю між Державною інноваційною фінансово-кредитною установою та Спілкою підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України.

Сторони Меморандуму визначили для себе, зокрема, такі напрями партнерства, завдання та шляхи взаємодії у процесі їх реалізації:

- пошук внутрішніх та зовнішніх інвесторів для реалізації проектів малого та середнього бізнесу;
- обмін інформацією з питань впровадження сприяння створенню організаційно-технічних передумов для розвитку підприємницької діяльності у різних секторах вітчизняної економіки;
- сприяння інвестуванню іноземного капіталу в економіку України та виходу малих та середніх підприємств України на зовнішній ринок;
- організація і проведення заходів за участі іноземних та українських компаній, зацікавлених у запровадженні спільних проектів на території України;
- організація і спільна участь у форумах, семінарах, ділових зустрічах з питань інвестиційної діяльності;
- встановлення прямих зв'язків між фірмами і малими та середніми підприємствами, діловими колами України і іноземних держав.

Протягом 2016 – 2019 рр. до Співки надходили на погодження проекти законодавчо-нормативних актів, які стосуються соціально-економічних, трудових прав та інтересів працівників, роботодавців і підприємців, в тому числі: проекти законів України, указів Президента України, постанов і розпоряджень Кабінету Міністрів України, наказів міністерств та відомств. Всі вони були уважно розглянуті за участю фахівців та експертів Співки, по багатьох з них надавались зауваження і пропозиції.

2. Удосконалення нормативно-правової бази у сфері підприємницької діяльності.

Співка разом з організаціями-партнерами щорічно визначала для себе основні питання і проблеми, вирішення яких є важливим, першочерговим і актуальним для вітчизняного підприємництва. Це, зокрема:

- спрощена система оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва;
- державний нагляд (контроль) у сфері господарської діяльності;
- державна регуляторна політика в сфері господарської діяльності;
- дозвільна система та ліцензування у сфері господарської діяльності.

З метою вироблення єдиної консолідованої позиції підприємницької спільноти з питань, що стосуються окремих напрямків (податкова політика, реєстрація, ліцензування, дозвільна система, державний нагляд (контроль), державна регуляторна політика), Спілка, її представники протягом звітного періоду брали активну участь в організації та проведенні заходів (круглих столів), в ході яких, зокрема, обговорювались такі актуальні для бізнесу питання, як:

- реформування спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва;
- застосування норм Податкового кодексу України;
- вдосконалення системи державних закупівель;
- реформування дозвільної системи;
- державна політика щодо розвитку малого підприємництва тощо.

Так, протягом 2016 – 2019 рр. Спілкою (в т.ч. спільно з Торгово-промисловою палатою України) було проведено засідання з обговорення проектів окремих законодавчо-нормативних актів:

- проекту Закону України “Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо податку на виведений капітал”;
- проекту “Стратегії розвитку малого і середнього підприємництва в Україні на період до 2020 року”;
- проекту Закону України “Про Національне бюро фінансової безпеки України”;
- проекту постанови Кабінету Міністрів України “Про затвердження вимог до суб'єктів господарювання щодо приймання електронних платіжних засобів в оплату за продані ними товари (надані послуги)”.

За результатами обговорення, при активній участі Радника Спілки, доктора економічних наук, професора Варналія З.С., було напрацьовано зауваження і пропозиції до зазначених проектів і надіслано їх до Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

3. Сприяння створенню інфраструктури малого і середнього підприємництва, розвиток системи Спілки.

Багаторічна практика діяльності Спілки показує, що на місцях все ще відсутній вплив бізнес-асоціацій місцевого рівня на вирішення багатьох проблем підприємництва. На жаль, на практиці, в окремих регіонах багато спілок і асоціацій виявились не життєдіяльними, окремі з них, які створювались з певних політичних чи інших міркувань, не витримали випробування реаліями нашого життя.

Разом з тим, як показує досвід, дуже багато проблем, що стоять на заваді підприємництва, залежить саме від того, як вони будуть вирішені на місцевому рівні.

Виконавчою дирекцією проводився постійний моніторинг діяльності регіональних бізнес-асоціацій, налагоджувались контакти для співробітництва.

Спілка протягом звітного періоду постійно проводила роботу щодо популяризації бізнес-асоціацій в системі підтримки і розвитку малого підприємництва, ініціювала окремі заходи на цю тематику.

Учасники таких заходів зазначали, що розвиток підприємництва залежить від багатьох чинників, в тому числі від діяльності численних об'єднань підприємців. Діяльність таких об'єднань – це конкретна підтримка і розвиток підприємництва як в цілому в Україні, так і в кожному окремо взятому регіоні. Дієвість такої підтримки вимірюється не тільки кількістю суб'єктів підприємництва, а й тим, наскільки вільно і прозоро вони можуть займатися підприємницькою діяльністю.

Об'єднані для спільного вирішення своїх повсякденних проблем, підприємці являють собою потужну продуктивну силу, спрямовану на реалізацію конкретних завдань. Об'єднання в спілки та асоціації – це, перш за все, реальна можливість взаємовигідної корпоративної співпраці однодумців та колег на чисто прагматичних засадах. Крім того, це – спільне вирішення багатьох проблем, з якими підприємець знаходиться один на один, а також унікальна можливість власними руками формувати сприятливі умови для підприємницької діяльності. Якщо зусилля підприємців будуть об'єднані, значно більша ймовірність того, що до них прислухатимуться. Можливості бізнес-асоціацій у відстоюванні інтересів підприємців та підтримці їх діяльності є значно більшими, ніж можливості кожного окремо взятого підприємця.

Саме тому виконавча дирекція Спілки протягом звітного періоду працювала над вирішенням питань по розширенню членської бази Спілки та її регіональних відділень. Так, після 11 з'їзду Спілки її членами (без регіональних відділень) стали 124 суб'єктів господарювання. Це демонструє рис.2.3

2015р. – 6;

2016р. – 25;

2017р. – 27;

2018р. – 31;

2019р. – 35.



Рис.2.3 Тенденція вступу нових членів у ГО «СПМСППУ», у період з 2015 по 2019 р.

Джерело:

Завдання з розширення членської бази Співки залишається в числі пріоритетних і вимагає більшої уваги, зокрема, в частині пропагування діяльності Співки, залучення нових членів, особливо тих, які найбільше потребують допомоги та послуг, що надаються Співкою.

4. Вдосконалення фінансової підтримки малого і середнього підприємництва.

Вивчення проблем вітчизняного підприємництва в сучасних умовах на одне з перших місць поставило питання його фінансової підтримки. Ці питання постійно залишались в полі зору виконавчої дирекції Співки. В зв'язку з цим виконавча дирекція докладала чимало зусиль, щоб забезпечити членів Співки інформацією про можливості залучення фінансових ресурсів для МСП в умовах кризи. З цією метою Співкою було підтримано низку заходів, які були присвячені питанням кредитування малого і середнього підприємництва.

Так, 10 лютого 2017р. представники Спілки взяли участь в роботі Конференції на тему: “EU4 Business в Україні: Група Європейського інвестиційного банку – покращення доступу до фінансових ресурсів в Україні.

В грудні 2017р. спільно з Торгово-промисловою палатою України проведено засідання на тему: “Кредитування та інші форми підтримки малого і середнього бізнесу в Україні”.

На засіданні розглянуто питання щодо умов, механізмів та процедур кредитування та інших форм підтримки суб’єктів малого і середнього бізнесу. Перед учасниками засідання виступили:

- Юлія Кревська, координатор проєктів, Група з фінансування та розвитку МСБ в Україні, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР);
- Наталія Кондрашова, перший заступник директора Департаменту промисловості та розвитку підприємництва виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації);
- Валерій Майборода, в.о.директора Німецько-українського фонду;
- Вячеслав Ляшенко, доктор економічних наук, професор, Інститут економіки промисловості НАН України.

Протягом звітнього періоду керівництвом Спілки проведено ряд зустрічей з представниками фінансових компаній, банків, на яких обговорювались питання кредитування та фінансової підтримки МСП:

- менеджером Програми Група підтримки малого бізнесу Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) в Україні Катериною Ріг;
- фахівцями Управління малого та середнього бізнесу Публічного акціонерного товариства “Державний експортно-імпорتنний банк України” В.О.В’язовським та К.С.Кердань;
- керівником групи відділень Київського регіонального управління ПАТ “УкрСиббанк”;
- віце-президентом Фінансово-консультаційної компанії “Наш капітал”;

- інвестиційними консультантами Товариства з обмеженою відповідальністю “Фрідом Фінанси Україна”;
- начальником Головного управління по м. Києву та Київській області ПАТ АБ “ОЩАДБАНК” та заступником начальника Головного управління по м. Києву та Київській області ПАТ АБ “ОЩАДБАНК”;
- заступником Голови Правління ПАТ “Кристалбанк” В та директором з маркетингу ПАТ “Кристалбанк”;
- заступником Голови правління Державної інноваційної фінансово-кредитної установи;
- консультантом Полтавського регіонального відділення Українського фонду підтримки підприємництва.

В червні 2018р. Голова правління Державної інноваційної фінансово-гарантійної установи В.В.Ставнюк, генеральний директор регіонального фонду підтримки підприємництва по Полтавській області Н.В.Кузьменко, заступник начальника Головного управління по м. Києву і Київській області АТ “Ощадбанк” Т.Г.Чебукіна взяли участь в засіданні Ради Співки та проінформували учасників засідання про можливості співробітництва.

5. Подальший розвиток співробітництва з іноземними і міжнародними організаціями підприємців та їх об’єднаннями.

Дуже важливим залишається питання співпраці підприємців з зарубіжними партнерами, розвиток співробітництва з іноземними і міжнародними організаціями підприємців та їх об’єднаннями.

Співка протягом звітнього періоду співпрацювала з іноземними посольствами та зарубіжними бізнес-асоціаціями щодо обміну інформацією про бізнес-пропозиції та інвестиційні проекти. Налагоджено тісну співпрацю з торговельно-економічними місіями (ТЕМ) при Посольствах Австрії, Болгарії, Бразилії, Ізраїлю, Італії, Марокко, Молдови, Німеччини, Норвегії, Польщі, Румунії, Словачії, США, Угорщини, Франції, Чехії, Швеції. Аналогічна робота

проводилася Спілкою з ТЕМ Посольств України в іноземних державах (Австрія, Азербайджан, Бразилія, В'єтнам, Греція, Грузія, Латвія, Німеччина, Сінгапур, Словачія, Туніс, Туреччина, Угорщина, Узбекистан, Франція, та ін.).
Всі пропозиції, які отримувала Спілка, регулярно розсилались членам Спілки (листи, Інформаційний бюлетень тощо).

На прохання підприємств – членів Спілки регулярно робились запити щодо пошуку потенційних партнерів, які мають бажання співпрацювати з українськими компаніями.

Спілка постійно інформувала своїх членів про ділові зустрічі, переговори, спрямовані на налагодження співпраці між українськими компаніями та компаніями зарубіжних країн.

З метою налагодження більш тісних контактів з підприємцями зарубіжних країн, виходу вітчизняних підприємств на міжнародні ринки, продовжувалась робота по розширенню мережі представництв Спілки в зарубіжних країнах.

Для координації дій, пов'язаних з цією діяльністю, було утворено Комітет Спілки з міжнародного співробітництва, затверджено Положення про Комітет та про представника Спілки за кордоном.

Як відомо, вже декілька років працюють представники Спілки в Китаї, Чехії, Болгарії. Протягом 2017 – 2019 рр. Рада Спілки прийняла постанови про призначення представників Спілки в Азербайджані, Албанії, Бразилії, Греції, Грузії, Естонії, Іспанії, Латвії, Македонії, Німеччині, Південній Кореї, Румунії, Сербії, Словачії, Тунісі, Узбекистані.

Ведуться консультації та перемовини про призначення представників в Литві, Франції, Саудівській Аравії, Канаді, США, Кувейті.

Фахівцями Спілки розроблено і презентовано на засіданні Ради Спілки 01.06.2017р. Програму щодо міжнародного співробітництва. В рамках Програми напрацьовано механізм налагодження контактів між українськими та

зарубіжними підприємцями, а також проведено низку заходів, які б сприяли розвитку взаємовигідних відносин між підприємцями України та зарубіжжя.

Протягом звітнього періоду проведено низку зустрічей керівництва Спілки з делегаціями, які перебували з діловими візитами в Україні, а також з представниками окремих організацій (бізнес-асоціації, фонди, проекти), які надають допомогу з підтримки МСП в Україні, в тому числі з:

- менеджером Компанії GFA Consulting Group GmbH (Німеччина) Ульріхом Тоеркауфом;
- членом Правління Товариства дружби і співробітництва між народами Ізраїлю та України Ю.Шифом;
- Надзвичайним і Повноважним Послом Угорщини в Україні К.Ерно;
- директором відділу Конференційної Ради Канади Л.Коудом;
- координатором Проекту “Купуймо разом 2.0” (Польща) Р.Лехом;
- консультантом Німецької консультативної групи в Україні Девідом Шахом;
- експертом з гендерних питань Канадсько-Українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій Барбарою МакЛарен (Конференційна Рада Канади);
- Надзвичайним і Повноважним Послом Республіки Туреччина в Україні Йонетом Джаном Тезелем;
- Надзвичайним і Повноважним Послом Малайзії в Україні Датук Аюф Бачі;
- представником Агентства з економічного розвитку землі Північний Рейн-Вестфалія (Німеччина) Оленою Матекіною;
- Керівником Проекту FORBIZ (Створення кращого бізнес-середовища) Маттіасом Хальдером;
- Почесним консулом України у Джидді (Саудівська Аравія), власником Компанії “Albassami Group” Абдуллахом Албассамі;
- президентом Торгово-промислової палати Італії в Україні Мауріціо Карневале;

- віце-президентом Асоціації малого і середнього бізнесу Естонії М.Каас;
- кандидатом на представника Спілки в Республіці Сербія П.Мілошевичем;
- членом Спілки, директором компанії “Super A Co. Ltd”, представником Спілки в Республіці Корея (м. Сеул) С.А.Олійником;
- Головою Наглядової ради Торгово-промислової палати “Ізраїль - Україна” Є.Шульгіним;
- директором Компанії “Vimes VC” (Велика Британія), кандидатом на посаду представника Спілки у Великій Британії Д.Гілгуром;
- підприємцем з Королівства Саудівська Аравія, кандидатом на представника Спілки в Королівстві Саудівська Аравія Ахмадом Баиджаном;
- членом Спілки, представником Спілки у Федеративній Республіці Бразилія В.В. Тафтаєм;
- членами технічної місії Організації Об’єднаних Націй з промислового розвитку (ЮНІДО/UNIDO);
- директором з розвитку Production Studio “CHECK POINT” О.Волошиним;
- Головою Відділу з питань економіки Посольства Угорщини в Україні Андрашом Кадаром;
- Координатором з питань бізнесу і торгівлі Посольства Норвегії в Україні Дмитром Панкратовим;
- радником Посольства Республіки Молдова в Україні з економічних питань І.Панурко;
- економічним асистентом з питань охорони навколишнього середовища, науки, технологій та освіти Посольства США в Україні О.Нестерчук, економічним асистентом Посольства США в Україні Я.Гетун, економічним аналітиком з питань охорони навколишнього середовища, науки, технологій та освіти Посольства США в Україні А.Шіозакі;

- першим радником, заступником Голови Місії Посольства Королівства Марокко в Україні Абделькрімом Уалі;
- радником Посольства Бразилії в Україні Еліо Калдасом;
- Міністром закордонних справ Індії паном М.Дж.Акбаром;
- Надзвичайним і Повноважним Послом Аргентинської Республіки в Україні Альберто Хосе Алонсо;
- радником Посольства Республіки Білорусь в Україні О.М.Гавришем;
- експертом з зовнішньоекономічної діяльності Торгово-промислової палати Італії в Україні В.Руссано;
- віце-президентом Міжнародної торгової палати Ябаолу Ма Шуан, заступником керівника пекінської міської торговельної комісії Ке Юнго, заступником керівника району Чаоян міста Пекін Лі Цзюньцзе (Китай);
- експертом з публічних закупівель DG GROW Європейської комісії Б.Гарсія;
- представником Співки в Болгарії Р.Спасовим;
- групою експертів на чолі з професором Лондонської школи гігієни та тропічної медицини (LSHTM) Горіком Оомсом;
- економічним радником Посольства Республіки Словенія в Україні Т.Притулою.

Під час цих зустрічей було обговорено актуальні питання щодо співпраці, проблеми, які існують в МСП України та можливі шляхи їх вирішення.

Протягом багатьох років Співка досить плідно співпрацює з Торгово-промисловою палатою України, регіональними торгово-промисловими палатами – Донецькою, Кіровоградською, Київською, Миколаївською, Хмельницькою, Чернівецькою. Ця співпраця здійснюється в рамках Комітету підприємців малого та середнього бізнесу при ТПП України, шляхом проведення спільних заходів (круглі столи, конференції), участі членів Співки в заходах, які проводяться ТПП.

6. Стимулювання технологічного оновлення малого і середнього підприємництва, сприяння створенню нових робочих місць.

Питання стимулювання технологічного оновлення МСП, сприяння створенню нових робочих місць залишалось одним із основних напрямків діяльності Спілки.

З цією метою протягом звітнього періоду Спілка ініціювала, а також підтримувала проведення заходів з обговорення проблем з розвитку інноваційної діяльності, новітніх технологій тощо.

Так, протягом 2016-2019рр. Спілка виступала одним з організаторів і брала активну участь в щорічних Міжнародних бізнес-форумах на тему: “Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в Україні”. Під час Форумів обговорювались питання:

- інноваційна політика в умовах децентралізації регіонів;
- інноваційна діяльність як фактор європейської інтеграції;
- міжнародний трансфер технологій;
- інноваційний розвиток підприємств;
- інноваційні технології в сфері торгівлі;
- захист об’єктів інтелектуальної власності;
- управління інноваційними проектами;
- інноваційна діяльність в університетах: реалії та перспективи;
- соціальні інновації та соціально-орієнтоване управління.

7. Підвищення рівня кваліфікації професійних знань членів Спілки.

Не залишались поза увагою Спілки питання підвищення рівня кваліфікації професійних знань підприємців.

Спілкою регулярно проводились різноманітні заходи з підприємцями з питань організації та ведення підприємницької діяльності. З цією метою:

- організовано регулярний прийом підприємців фахівцями виконавчої дирекції Спілки та роз’яснення з питань щодо організації та ведення підприємницької діяльності;

- в Інформаційному бюлетені Спілки ведеться рубрика “Запитуйте-відповідаємо”, де даються відповіді на питання, що стосуються організації та ведення підприємницької діяльності;

- в Інформаційному бюлетені Спілки регулярно даються контактні дані, за якими підприємці можуть звертатися за консультацією до Спілки;

- членам Спілки регулярно розсилаються (пошта, e-mail) роз’яснення, інформаційні листи з окремих питань організації і ведення підприємницької діяльності.

Протягом звітнього періоду продовжувалась співпраця з закладами вищої освіти, як на основі членства закладів вищої освіти у Спілці (Європейський університет, Українсько-американський університет Конкордія), так і на підставі укладених угод (договорів) між Спілкою і окремими закладами (Дніпропетровський національний університет ім. О.Гончара, Київський національний лінгвістичний університет (КНЛУ), Київський національний торговельно-економічний університет (КНТЕУ), Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний авіаційний університет, Хмельницький національний університет, Центральноукраїнський національний технічний університет).

Протягом 2017 – 2019рр. було укладено угоди про співробітництво між Спілкою та окремими закладами вищої освіти:

- Державним вищим навчальним закладом “Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана”;

- Житомирським державним технологічним університетом;

- Приватним вищим навчальним закладом “Міжнародний науково-технічний університет імені академіка Юрія Бугая”;

- Університетом Державної фіскальної служби України;

- Білоцерківським національним аграрним університетом;

- Національним університетом водного господарства та природокористування.

Аналіз результатів співробітництва між Спілкою і закладами вищої освіти показав, що протягом 2016 – 2019рр. сторони спільно працювали над поширенням ідей підприємництва у всі сфери господарської діяльності та суспільного життя України, сприяли перетворенню підприємницької діяльності у невід’ємну частину національного господарства, встановлювали та розвивали міжнародні зв’язки з іноземними фірмами та підприємницькими організаціями, спілками, об’єднаннями.

Протягом 2016 – 2019рр. Спілка:

- запрошувала на підприємства, що є її членами, студентів закладів вищої освіти для проходження виробничої практики;
- сприяла студентам-дипломникам закладів вищої освіти у збиранні даних для дипломних робіт під час проходження переддипломної практики;
- залучала студентів та науково-педагогічний склад закладів вищої освіти до виконання науково-дослідних робіт з питань розвитку підприємництва, проведення консультацій, аналітичних досліджень та інших робіт дослідницького характеру;
- залучала студентів та науково-педагогічний склад закладів вищої освіти до участі в розробках та реалізації проектів, програм з питань розвитку і підтримки підприємництва;
- пропагувала діяльність закладів вищої освіти серед членів Спілки – як сучасних закладів вищої освіти;
- запрошувала представників закладів вищої освіти до участі у семінарах, круглих столах, конференціях, з’їздах, інших заходах, що проводились Спілкою.
- Так, протягом 2016 – 2019рр. викладачі, аспіранти, студенти окремих закладів вищої освіти брали участь в засіданнях Ради Спілки, інших заходах.
- В свою чергу, заклади вищої освіти:
- направляли на підприємства, що є членами Спілки, студентів для проходження виробничої і науково-дослідної практики;

- направляли на підприємства, що є членами Спілки, своїх випускників для проходження переддипломної практики та збору даних для дипломних робіт;
- заохочували студентів до вивчення проблем, з якими стикаються підприємці у своїй повсякденній діяльності, розробки варіантів вирішення та запровадження їх в практичну діяльність;
- запрошували провідних підприємців, що є членами Спілки, на зустрічі зі студентами;
- запрошували представників Спілки для участі в круглих столах, дискусіях, симпозіумах, конференціях з питань підприємницької діяльності.

Так, перший віце-президент, генеральний директор Спілки, член Ради Спілки взяли участь і виступили при обговоренні питань тематики роботи V Міжнародної науково-практичної конференції на тему: “Облік і контроль в управлінні підприємницькою діяльністю”, яку було організовано і проведено Центральноукраїнським національним технічним університетом (м. Кропивницький) 19 – 20 вересня 2017р.

20 квітня 2017р. президент Спілки Ю.І.Єхануров взяв участь у Всеукраїнській економічній олімпіаді за спеціальністю “Економіка підприємства” (далі – Олімпіада), яку було проведено на базі Економічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Ю.І.Єхануров від імені Спілки привітав переможців Олімпіади і вручив їм призи.

Крім того, представники Спілки щорічно беруть участь в роботі Міжнародних науково-практичних конференцій “Конкурентоспроможність національної економіки” та «Мале та середнє підприємництво: проблеми і перспективи розвитку», організаторами яких виступили Економічний факультет Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України.

Учасники конференцій обговорили питання:

- розвиток конкуренції на внутрішньому ринку країни: загрози, проблеми, перспективи;
- сучасні напрямки формування стратегічних конкурентних переваг підприємства;
- економічна безпека держави та підприємства;
- соціоекономіка. Людський, інтелектуальний та соціальний капітал як рушійні сили конкурентоспроможності;
- трансформація корпоративного управління та формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств в умовах євро інтеграції;
- управління ринковою вартістю підприємств;
- сучасна економічна освіта в умовах національних та глобальних викликів.

В конференціях взяли участь і виступили при обговоренні питань тематики роботи конференцій: президент Співки, перший віце-президент, генеральний директор Співки, члени Ради Співки: Радник Співки, доктор економічних наук, професор Л.І.Воротіна, Радник Співки.

Аналогічні заходи проводились спільно з Київським національним торговельно-економічним університетом (КНТЕУ, ректор – член Ради Співки А.А.Мазаракі).

Так, 23 травня 2017р. за ініціативою КНТЕУ і Співки було проведено ІХ Міжнародну науково-практичну конференцію на тему: “Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні”. В роботі Конференції взяв участь і виступив при обговоренні питань порядку денного перший віце-президент, генеральний директор Співки.

17 жовтня 2017р. за ініціативою Співки в КНТЕУ було проведено засідання круглого столу на тему: “Нейромаркетинг – новий, перспективний інструмент впливу на покупців роздрібних мереж”. В засіданні круглого столу взяли участь: член Ради Співки, фізична особа-підприємець Ш.Ш.Набієв, радник Співки, доктор економічних наук, професор В.І.Ляшенко, члени Співки:

директор Агентства “D&D”, Ю.Вольвач (АПП “Веполь”), Д.В.Дригало (ПП “Дригало”).

Представники Спілки також брали участь в урочистих заходах з нагоди дня Факультету економіки, менеджменту та психології КНТЕУ.

Протягом 2018р. представники Спілки (президент Спілки Ю.І.Єхануров, перший віце-президент, генеральний директор Спілки В.М.Биковець, радник Спілки, доктор економічних наук, професор З.С.Варналій, член Спілки Р.С.Делік) взяли участь в Конференціях, які проводились на базі Університету Державної фіскальної служби України:

- “Проблеми державного фінансового аудиту та його аналітичного забезпечення”;
- “Економічні перспективи підприємництва в Україні”.

Протягом багатьох років виконавча дирекція Спілки та підприємства – члени Спілки є базою для проходження навчальної, виробничої, переддипломної практики студентів окремих закладів вищої освіти.

Зокрема, щорічно на базі Спілки проходять практику студенти Київського національного лінгвістичного університету (далі – КНЛУ). Протягом 2016 – 2018 рр. на базі виконавчої дирекції Спілки пройшли практику згідно поданих КНЛУ заявок 82 студенти КНЛУ денної та заочної форм навчання, в т.ч. 17 студентів напрямку підготовки “Маркетинг” – на базі підприємств – членів Спілки: ТОВ “Український папір”, ПрАТ “ІНДАР”.

Згідно з досягнутою домовленістю Спілкою було створено належні умови для організації і проведення практики студентів КНЛУ. Студенти під час проходження практики отримували вичерпну інформацію про діяльність Спілки. Їм також надавалась можливість взяти участь в різноманітних заходах, які проводились Спілкою (круглі столи, семінари, ділові зустрічі, засідання Ради Спілки тощо). Студенти забезпечувались спеціальною літературою та документацією, необхідною для виконання програми практики.

Безпосереднє керівництво перекладацькою практикою здійснював особисто генеральний директор виконавчої дирекції Спілки.

Крім того, на базі виконавчої дирекції Спілки переддипломну практику проходили студенти Національного авіаційного університету.

Разом з тим, як показує аналіз результатів співробітництва між Спілкою і закладами вищої освіти, сторони все ще не використовують всі наявні можливості для покращення такої співпраці.

Так, і члени Спілки, і представники закладів вищої освіти (викладачі, аспіранти, студенти) все ще мало використовують можливості щодо участі в різноманітних заходах, що проводяться сторонами (семінари, круглі столи, конференції).

Досвід співпраці виконавчої дирекції Спілки підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України з закладами вищої освіти заслуговує на увагу і може бути рекомендований для поширення серед регіональних відділень Спілки та партнерських бізнес-асоціацій.

8. Удосконалення інформаційного забезпечення членів Спілки.

Успішне вирішення багатьох проблем, що стоять перед підприємцями, залежить від того, наскільки про ці проблеми та про вплив на них підприємницької спільноти знає громадськість. Тому вкрай важливим є удосконалення інформаційного забезпечення діяльності Спілки, залучення до цієї роботи засобів масової інформації – газет, радіо, телебачення, електронних ЗМІ.

В контексті інформаційно-комунікаційної складової діяльності Спілки, здійснювались, зокрема, наступні функції:

- підготовка і оперативне поширення інформаційних матеріалів для ЗМІ про діяльність і головні події Спілки;
- проведення систематичного моніторингу повідомлень в ЗМІ;
- організація і контроль проведення заходів за участю керівництва Спілки та ЗМІ (прес-конференції, круглі столи, зустрічі з журналістами тощо);
- інформаційний супровід заходів, які проводились Спілкою;

- внесення пропозицій щодо організації та вдосконалення комунікаційних заходів.

За звітний період вдалось значно активізувати роботу з поширення інформаційних матеріалів про діяльність Спілки та висвітлення проблем вітчизняного підприємництва в ЗМІ.

Так, цим питанням було присвячено інтерв'ю з керівництвом та представниками Спілки, низку новинних сюжетів на телебаченні (Перший національний, 1+1, ІНТЕР, 112 канал, 5 канал, СТБ, ICTV, КДТРК, телеканал "Рада", "24", Перший діловий), виходи на радіостанціях (радіопроеграми "Київ", "Столичний дайджест", Національне радіо), інформаційні повідомлення в Інтернеті, статті та інтерв'ю в друкованих засобах масової інформації ("Корреспондент", "Комерсант", "Деловая столица", "Урядовий кур'єр", "Власть денег", "День").

Протягом 2016 – 2019рр. представники Спілки брали участь в передачах на радіо: "Порядок денний", "Відкрита студія"; на телебаченні: "Бізнес-ситуація", "Діловий вісник", "Акцент", "Бізнес", "Бізнес. Підсумки тижня", "Ера бізнесу" тощо.

Заслуговує уваги робота в цьому напрямку і регіональних відділень Спілки. Спілка продовжувала надавати інформаційні послуги підприємцям (протягом багатьох років функціонує офіційний сайт Спілки, з 1997р. видається Інформаційний бюлетень).

Через ЗМІ Спілка, її регіональні відділення мають змогу формувати громадську думку з приводу тих проблем, які заважають розвиватися бізнесу, висловлювати свою точку зору на факти прийняття органами місцевого самоврядування незаконних рішень і вимагати їх відміни.

За звітний період виконавчою дирекцією Спілки разом з партнерськими організаціями було ініційовано і проведено за безпосередньою участю членів Спілки 77 круглих столів, 12 прес-конференцій та презентацій, 44 семінари і тренінги, 53 конференції, 76 нарад, 58 бізнес-форумів, 125 робочих зустрічей, 54 масових заходи (з'їзди, збори), 261 засідання.

Отже, можна зробити висновок, що ГО «СПМСППУ» є організацією, що вже протягом 30-ти років об'єднує підприємців по всій Україні. Проаналізувавши фінансові показники, було встановлено, що досліджувана організація є неприбутковою. Діяльність ГО «СПМСППУ», як всеукраїнської громадської організації, здійснюється лише за допомогою вступних та членських внесків. За останній рік внески збільшилися на суму 160 тис. грн., а у відсотковому співвідношенні це становить 40 %.

2.2 Формування та просування корпоративної соціальної відповідальності у середовищі малого і середнього підприємництва.

Соціальна відповідальність починається в самій організації. З цією метою критерії стійкості повинні входити у всі структури та процеси операцій. Отже, дії в першу чергу спрямовані на власних працівників організації. Програми підвищення рівня задоволеності роботою є однаковою частиною цих зусиль, як ініціативи щодо кращої сумісності сім'ї та роботи. Роблячи це, концепція багато в чому сприяє тому, щоб компанія була привабливою та допомагала залучати чи утримувати співробітників. Відповідно до досліджень, будь-якому підприємству стає легше залучати нових кваліфікованих працівників, якщо вони здатні надихати соціальне та суспільне почуття мети. Особливо випускники університету та молодь до 30 років шукають роботодавця, який бере на себе соціальну відповідальність. Іншими словами: У «Війні за таланти» стійке управління соціальною відповідальністю перетворилося на актив, який не варто недооцінювати. Наприклад, стійке управління персоналом сприяє гарному робочому клімату і бореться з дискримінацією та нерівним поведженням [8].

Але суспільство також приносить користь. Наприклад, компанії, які готують учнів та утримують літніх працівників на ринку праці, сприяють вирішенню соціальних проблем у сфері безпеки та освіти на ринку праці. У той же час вони активно допомагають вирішувати питання дефіциту кваліфікованих робітників.

Спілка, її регіональні відділення приділяють значну увагу питанням корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, розуміючи, що вона є важливим чинником сталого розвитку суспільства і держави, вирівнювання економічних і соціальних диспропорцій.

Упровадження соціальної відповідальності українськими підприємствами сприяє зменшенню ризиків і покращенню репутації компаній, збільшенню рентабельності і прибутків, зокрема, через підвищення продуктивності, енергетичної та матеріальної ефективності, отриманню нових знань та інноваційних рішень, підвищенню лояльності споживачів та посиленню позицій національних виробників на вітчизняному ринку, збільшенню мотивації працівників [33].

Поширюючи серед членів Спілки інформацію щодо соціальної відповідальності, спілка ставила собі за мету, що завдяки впровадженню українські підприємства зможуть підвищити рівень своєї конкурентоспроможності на глобальному, регіональному та внутрішньому ринках, зокрема через підвищення якості продукції, зниження енерго та матеріалоемності, покращення трудових відносин і соціального захисту.

Разом з тим, як показує практика впровадження соціальної відповідальності, існує низка проблем, що стоять на заваді цим процесам. В Україні на даний час наявні:

- відсутність спеціального комплексу нормативних та інших актів, що розвивали б соціальну відповідальність;
- непослідовність дій держави щодо підтримки організацій та підприємств, що прагнуть впроваджувати соціальну відповідальність на локальному рівні;
- неефективність механізмів правової охорони і захисту соціальної відповідальності;
- відсутність належної системи прогнозування розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Таким чином, головним завданням держави повинна стати консолідація зусиль влади, наукових, підприємницьких кіл суспільства, інститутів громадянського суспільства щодо оптимального комплексного вирішення методологічних, стратегічних і тактичних проблем формування національної системи соціальної відповідальності, вироблення стратегії її подальшого розвитку в Україні в умовах глобальних викликів, що дозволить підвищити конкурентоспроможність нашої держави.

Тенденції розвитку соціальної відповідальності в Україні набувають поширення, зокрема, і за рахунок таких потужних організацій як ООН, яка започаткувала та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН.

Спілка одним з перших всеукраїнських об'єднань підприємців приєдналась до Глобального договору Організації Об'єднаних Націй. Підтримуючи принципи соціальної відповідальності бізнесу, Спілка протягом звітного періоду брала активну участь в реалізації проектів:

- Проект МОП “Зміцнення адміністрації праці з метою покращення умов праці і подолання не задекларованої праці”;
- Проект МОП “Зменшення уразливості шляхом ефективної національної системи соціального захисту в умовах тривалого конфлікту та жорсткої економії”;
- Проект МОП “Інклюзивні ринки праці задля створення робочих місць”;
- Проект МОП “Поліпшення стану безпеки та гігієни праці в гірничодобувній промисловості”;
- Проект МОП “Зменшення стигми та дискримінації у зв'язку з ВІЛ задля захисту працюючих жінок та чоловіків від неприйнятних норм праці в Україні”.

Протягом 2016 – 2019 рр. Спілка в рамках виконання затвердженої Стратегії продовжила роботу щодо профілактики ВІЛ/СНІДу на робочих місцях.

У відповідності з затвердженим робочим планом Спілка протягом 2016 – 2019 рр. при проведенні публічних заходів (круглі столи, семінари, зустрічі з підприємцями та роботодавцями) продовжила розповсюдження серед учасників цих заходів спецвипуску Інформаційного бюлетеня (спільне видання Спілки, GTZ, ТРАА/GBC, ЮНЕЙДС), Довідника для підприємців малих, середніх підприємств щодо профілактики ВІЛ-інфекції/СНІДу на робочих місцях та інших інформаційно-методичних матеріалів.

Протягом 2016 – 2019 рр. Спілка разом з іншими зацікавленими сторонами працювала над виконанням Національної стратегії тристороннього співробітництва з протидії ВІЛ-інфекції/СНІДу у сфері праці (далі – Стратегія), яку було розроблено за участю представника Спілки (Биковець В.М.).

В рамках виконання Стратегії та Політики Спілки протягом 2016 – 2019рр. за ініціативою та за безпосередньою участю представників Спілки було проведено низку заходів з даної тематики.

Так, протягом 2016–2019 рр. представники Спілки брали участь в засіданнях Національної ради з питань протидії туберкульозу та ВІЛ-інфекції/СНІДу, на яких було розглянуто питання, що стосуються різних напрямків діяльності з профілактики, протидії та боротьби з ВІЛ-інфекцією/СНІДом.

04 грудня 2017р. перший віце-президент, генеральний директор Спілки В.М.Биковець взяв участь в заключному розширеному засіданні Національної тристоронньої консультативної ради Проекту Міжнародної організації праці (МОП) “Зменшення стигми та дискримінації у зв’язку з ВІЛ задля захисту працюючих жінок та чоловіків від неприйнятних форм праці в Україні”, який реалізовувався в Україні протягом 2017р.

04 грудня 2017р. було проведено робочу зустріч першого віце-президента, генерального директора Спілки В.М.Биковця зі старшим радником з питань ВІЛ/СНІДу Міжнародної організації праці (Женева) Бріджітт Цуг-Кастілло.

Під час зустрічі було обговорено окремі питання щодо можливої співпраці зі Спілкою у сфері профілактики ВІЛ/СНІДу на робочих місцях.

В листопаді 2018р. перший віце-президент, генеральний директор Спілки, взяв участь в тристоронніх семінарах (м. Івано-Франківськ, м. Київ) з обговорення питань профілактики ВІЛ/СНІДу у сфері праці. Він виступив перед учасниками семінарів з доповідями про досвід роботи Спілки в цій сфері.

Протягом 2016 – 2019 рр. в рамках реалізації Стратегії і Політики з профілактики ВІЛ/СНІД у сфері праці, Спілка співпрацювала з Міністерством соціальної політики України, Міністерством охорони здоров'я України, МОП, ЮНЕЙДС, GIZ тощо.

Отже, можна зробити висновок, що впровадження соціальної відповідальності щодо співпраці бізнесу, уряду та громадянського суспільства є досягненням безпрограшної ситуації між трьома суб'єктами. Досвід показує те, що стійкі рішення з питань соціальної відповідальності на рівні громади, провінції та країни базуються на партнерстві між урядом, громадянським суспільством та бізнесом.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ГО «СПМСПУ»

3.1 Шляхи щодо удосконалення соціальної відповідальності

Корпоративна соціальна відповідальність набуває сьогодні все більшого значення і може набувати різних форм - включаючи роботи, пожертвування продуктів, грошові внески, екологічно чисті практики та багато інших творчих способів, завдяки яким підприємства, малі та великі, можуть покращити свою репутацію в очах клієнтів.

Незважаючи на те, що більшість зусиль з корпоративної відповідальності приносить користь суспільству, членам спілки корисно оцінити, як ці ініціативи також позитивно впливають на компанії, які їх здійснюють.

Нижче наведено шість основних способів, за якими соціальна відповідальність сприятиме її покращенню.

1. Прийняття ділового етичного кодексу. Діловий етичний кодекс визначає поведінку працівників з таких питань, як етика, цінності, навколишнє середовище, повага співробітників та обслуговування клієнтів. Все більше підприємств вирішують піти на крок далі, змінюючи свою модель управління, щоб включити до неї свою прихильність до соціальних та екологічних цілей.

2. Дотримання програми охорони праці та техніки безпеки на робочому місці. Створення чіткої програми охорони здоров'я та безпеки на робочому місці допоможе спілці створити надійні системи захисту своїх працівників та уникнути нещасних випадків і травм.

3. Долучення до захисту навколишнього середовища. Розробити політику та практику, яка дозволяє спілці виражати свою прихильність до навколишнього середовища. Наприклад, спілка може розглянути можливість складання звіту, який документує її діяльність та результати, оскільки вони стосуються її впливу на навколишнє середовище. Деякі компанії випускають

більш широкі звіти про «стійкість», які охоплюють соціальну, економічну та екологічну діяльність.

4. Пошук постачальників або партнерів, які відповідають вимогам спілки. Переконайтеся, що постачальники знають та відповідають очікуванням організації, відповідальної поведінки стосовно таких питань, як, наприклад, справедливе ціноутворення.

5. Бути уважніше до благодійних пожертв. Наприклад, лісовий бізнес може звернути увагу на підтримку організацій, що захищають довкілля. Багато виробничих підприємств дарують громадські організації у містах, де є рослини. Ідея полягає в тому, щоб допомагати суспільству, одночасно звертаючи увагу на цінності свого бренду.

6. Займатися екологічно чистим бізнесом. Організація повинна використовувати методи маркетингу, які є чесними та правдивими. Уникати будь-якої реклами чи комунікацій, які можуть розглядатися як маніпулятивні чи шкідливі для громадськості. Переконайтеся, що спілка робить те, що говорить, інакше, вона може ризикувати своєю репутацією.

Інтегруючи соціальну відповідальність у корпоративну культуру, організація може стати привабливішою для потенційних працівників, одночасно збільшуючи привабливість поточних працівників. В цілому впровадження корпоративної соціальної відповідальності в структуру спілки дає змогу їй залучати та зберігати найкращі таланти, позитивно впливаючи на суспільство в цілому. Це лише декілька причин, через які багато кандидатів на роботу шукають компаній, що мають міцний фундамент для корпоративної відповідальності [39].

Ось п'ять шляхів щодо удосконалення соціальної відповідальності.

1. Привертати увагу кандидатів, орієнтованих на місію організації, а не на зарплатню. Люди серйозно ставляться до позитивних змін в суспільстві та навколишньому середовищі, і вони б залюбки йшли на роботу в організацію, яка відповідає їх переконанням. 93% працівників / шукачів роботи погоджуються, що перед прийняттям пропозиції про

роботу важливо бути проінформованим про всі аспекти компанії, такі як культура, цінності, місія, бізнес-модель та майбутні плани.

Орієнтуючись на корпоративну соціальну та екологічну відповідальність, потрібно звертати увагу на людей, які мають зв'язок із місією компанії, а не зосереджуються лише на фінансових вигодах. Хоча грошова компенсація все ще важлива, наука припускає, що люди готові зосередитися більше на соціальному впливі, ніж на фінансовій вигоді.

2. Зменшити плинність кадрів

Оборот працівників не з дешевих. Між фінансовими витратами та людським капіталом, необхідним для найму, навчання та / або звільнення працівників, компанії мають велику користь від довготривалого утримання працівників. Щоб підтримати задоволеність працівників та зменшити плинність, співробітники повинні відчувати себе цінними та пов'язаними з компанією.

Опитування свідчать про те, що майже 70% респондентів мають більше шансів залишитися в компанії на довгостроковий період, якщо компанія має здоровий план сталого розвитку. Крім того, дослідження також показують, що скорочення плинності працівників на 50% зменшується, коли працівники мають особистий чи емоційний зв'язок з місією або планом компанії, створюючи більш сильне почуття мети та сильнішу мотивацію до успіху в роботі компанії [38].

3. Залучати працівників

Співробітники хочуть знати, як компанії реалізують корпоративну соціальну відповідальність і як вони можуть бути її частиною. Відчуття мети є вирішальним при виконанні роботи та задоволеності нею, і працівники, які відчують мету, як правило, відчують менше стресу та втоми. Дослідження показують, що 80% працівників відчують сильне почуття мети, коли робота, яку вони виконують, є впливовою, що дозволяє припустити, що програми соціальної відповідальності допомагають залучати працівників та зменшують відчуття стресу та втоми, що виникає при непотрібній роботі.

Коли працівники займаються роботою, яка їм подобається, всі отримують вигоду. Співробітники відчують сильніше почуття мети, компанії отримують більш високу якість роботи від співробітників, а споживачі отримують кращу якість товару чи послуги.

4. Підвищення продуктивності праці працівників

Згідно з дослідженням, майже 40% працівників у різних галузях та посадах заявляють, що визнання їх праці є недостатньою, що перешкоджає їх мотивації до справді кращих результатів чи більшої продуктивності. Крім того, щоб цінувати зусилля працівників, важливо, щоб вони відчували себе частиною роботи, яку вони роблять. Змушуючи працівників відчувати себе цінними і надаючи їм щось цілеспрямоване для роботи, продуктивність праці працівників зростає.

Більше третини працівників заявляють, що вони приділяють більше часу та зусиль для роботи через програму роботодавців щодо сталості, і дослідження показують, що залучення до соціальної відповідальності збільшує продуктивність працівників на 13%. Як було сказано вище, сильне почуття мети на роботі знижує стрес і втому працівника, дослідження показують підвищення продуктивності працівників, коли застосовується стратегія корпоративної соціальної відповідальності.

5. Побудувати лояльність компанії

Побудова лояльності компанії як внутрішньо (співробітники), так і зовні (споживачі, інвестори тощо) є важливим фактором довгострокової життєздатності. Зрештою, якщо немає довіри до бренда та лояльності компанії, важко буде залишатися стійким та / або вигідним довгостроково.

Організації також використовують соціально відповідальні програми для захисту та примноження свого найбільшого активу - своїх працівників. 76% потенційних працівників враховують соціальні та екологічні зобов'язання компанії, коли вирішують, де працювати, а 64% не бралися б роботу, якщо потенційний роботодавець не мав би сильних практик корпоративної соціальної відповідальності [39].

У сучасному суспільстві, завдяки зростаючій глобальному взаємозв'язку, практична діяльність з корпоративної соціальної відповідальності набуває все більшого значення для підприємств усіх масштабів.

Корпоративна соціальна відповідальність може бути визначена зобов'язанням підприємств вести себе етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя своїх працівників. Соціальна відповідальність також працює на користь місцевій громаді взагалі, що, в свою чергу, допомагає покращити нашу планету.

Кінцевим моментом практичного використання є сприяння довірі до організації та підтримка здорової та стійкої планети.

1. стійкі закупівлі – прийняття рішення про купівлю, відповідальні та стійкі, як для товарів, так і для послуг. Придбання господарських товарів із зеленою сертифікацією та здійснюйте покупки у місцевих постачальників.

2. прозорість – переконатися, що організація є вищою та чесною, надавати інформацію таким чином, щоб зацікавлені сторони могли отримати належне розуміння питань, які вони вважають актуальними;

3. розвиток громади – забезпечення позитивних стосунків із громадою, залучуючи свою організацію. Співпрацювати з різними благодійними організаціями та допомагати якщо є така потреба;

4. відносини з працівниками. Перш за все треба притримуватися нормам закону, не допускати дискримінації щодо працівників та забезпечувати дотримання мінімальної заробітної плати. Спілкування з працівниками, бути відкритим вміти вислухати своїх співробітників і надати час для зворотного зв'язку. Потрібно щоб вони відчували, що вони є частиною команди, використовуйте несподівані нагороди та стимулюйте інновації;

5. підзвітність – вміння нести відповідальність за всі дії організації.

Взяти на себе відповідальність також означає зазирнути за двері компанії, оскільки бізнес завжди є частиною суспільства за своїм місцезнаходженням. Тому в їх інтересах сприяти функціонуючому суспільству - зобов'язання, яке розцінюється як стратегічне інвестування і враховує вигоди обох сторін

(виграш-виграш ситуація). Популяроною стратегією є ідентифікація регіону зі своєю діяльністю за допомогою спонсорської діяльності чи інвестицій у культурні чи спортивні заходи, що, в свою чергу, позитивно впливає на лояльність клієнтів та працівників. Підприємства також регулярно беруть участь у освітніх проектах або пропонують стажування для молоді.

Крім того, органи державної влади та підприємства об'єднують свої ресурси в рамках проектів "Публічно-приватне партнерство" та працюють над досягненням спільної мети. Популярними є підтримка та розвиток транспортної інфраструктури, поліпшення енергопостачання, а також екології захисні кампанії [26].

Також слід звернути увагу на внесок держави важливою метою якої є сприяння обізнаності громадськості з діяльністю з соціальної відповідальності. Це вимагає посилення комунікації та прозорості. В останні роки з'явилося безліч настанов. Підприємства застосовують ці стандарти під час звітування про власні соціальні ініціативи. Таким чином, вони дають змогу зацікавленим групам зацікавлених сторін отримати оцінку відповідних соціальних заходів. Це передумова для того, щоб ширша громадськість зрозуміла та змогла підтримати організації в її ініціативах.

Держава безпосередньо схвалює впровадження соціальної відповідальності на користь бізнесу.

Наприклад, надає інформацію. Більше того, державна адміністрація пропонує модулі з конкретних питань для підвищення обізнаності компаній. У цій діяльності приділяється особлива увага малим та середнім підприємствам, які потребують цих послуг в першу чергу через відсутність власних ресурсів. Держава пропонує їм цю допомогу через консультаційні установи.

У цьому контексті сприяння діалогу з різними зацікавленими сторонами також відіграє важливу роль. Державні органи виступають як мостобудівники та мережеві організації. Вони сприяють створенню платформ та «круглих столів» для обміну інформацією, організацією яких наразі і займається спілка. Оскільки сприйняття та врахування потреб зацікавлених сторін групи є

ключовими елементами, такий тип діалогу часто є необхідною умовою ефективної роботи соціально відповідальних програм. У цьому контексті важливо, щоб компанії знали потреби зацікавлених сторін. Необхідною умовою є посилення проінформованості про соціальну відповідальність у суспільстві. Це починається зі шкільної освіти, поширюється на подальші навчальні рівні та має місце бути обговореним в професійній практиці. Державне та економічне об'єднання поділяють це завдання.

Можна побачити масу переваг для організації, будучи соціально відповідальною сьогодні:

Розширює розмір потенційного клієнта на цільовому ринку. Соціальний внесок та стійкість - це особливості, які приваблюють цілий новий клас клієнтів.

Заохочує клієнтів платити преміальну ціну. Стійкість та соціальна відповідальність - це шляхи розширення ексклюзивності та доданої вартості, тим самим знижуючи ризик, підвищуючи прибутковість та виправдовуючи ціну премії. Усі зацікавлені сторони бачать це як перевагу, заохочуючи нових інвесторів та підвищуючи оцінку вашого бізнесу [28].

Збільшує адвокатську діяльність та лояльність на всіх ринках. В наші дні існуюча пропаганда клієнтів є ключовим привабливим фактором нових клієнтів. Постійні клієнти публікують чудові відгуки та залучають багато нових друзів.

Клієнти розглядаються як конкурентна перевага. Більшість тисячолітників та замовники будь-якого віку в цей час твердо вірять, що всі підприємства повинні бути соціально відповідальними, і це визначає найкращі критерії вибору джерела рішення. Це повідомлення, яке можна використовувати як опосередковано, так і безпосередньо у позиціонуванні свого бренду та маркетингу.

Підвищує мотивацію та продуктивність команди. Спонсорство соціальних ініціатив та надання часу працівникам на підтримку власних

ініціатив виховує лояльність, гордість та мотивацію серед членів команди та різних організацій компанії. Це робить усіх у компанії більш зайнятими, чуйнішими та продуктивнішими.

Покращує утримання працівників та залучає кращих кандидатів. Успіх компанії визначається якістю членів команди, яких вони можуть залучати та утримувати. Якщо бізнес визнаний таким, що забезпечує соціальну відповідальну культуру для працівників, а також порівнянні ініціативи поза бізнесом, до вас приєднаються найкращі та найяскравіші.

Забезпечує гнучкість управління та можливості отримання фінансових грантів. Корпорація отримує звільнення від єдиної директиви щодо максимізації прибутку акціонерів, щоб зменшити позов інвесторів. Завдяки цільовим соціальним ініціативам вони також можуть претендувати на державні дотації, альтернативні знижки на енергію та благодійні ініціативи на підтримку своїх зусиль.

Робить бізнес більш привабливим для інвесторів. Інвестори шукають команди з реальною пристрастю, добросовістю та привабливим повідомленням. Вони вважають прихильність до соціальних змін як гарне позиціонування на довгостроковий період, що має стійку цінність як для клієнтів, так і для власників. Вони шукають баланс між максимізацією прибутку та розширенням ринку [24].

Потенційним зміцненням усіх цих переваг є те, що необхідний баланс між соціальними ініціативами та фокусом на заробленні більшої кількості грошей. Потрібні сильний і вмілий бізнес-лідер і підприємець, щоб зробити правильні компроміси.

Таким чином, можна зробити висновок, що існують різноманітні шляхи щодо удосконалення соціальної відповідальності. До таких методів слід віднести: прийняття ділового етичного кодексу, захист навколишнього середовища, поступовий перехід на екологічну господарську діяльність тощо.

3.2 Методи просування соціальної відповідальності на прикладі ГО «СПМСПУ»

1. Впровадження соціальної відповідальності вимагає перегляду місії, бачення та основних корпоративних цінностей організації. Оскільки роль менеджерів у виконанні рішень організації є дуже важливою, узгодження та відданість вищого керівництва, а у випадку власників компаній - необхідний перший крок у цьому процесі. Оскільки корпоративна соціальна відповідальність - це філософія бізнесу, що функціонує за допомогою конкретної політики та програм, бажано, щоб особа, відповідальна за управління соціальною відповідальністю, була достатньо високою в ієрархії організації, щоб мати необхідні повноваження для координації міжфункціональних процесів. Також для реалізації конкретних програм необхідні певні людські та матеріальні ресурси. Завдяки їх призначенню на практиці виявляється прихильність вищого керівництва до впровадження соціальної відповідальності в організації [36].

2. Хоча соціальна відповідальність є відносно новою концепцією, в тій чи іншій мірі вона присутня в різних бізнес-процесах організацій. Тому на початку визначення стратегій соціальної відповідальності рекомендується аналізувати існуючі документи - політику та процеси. Деякі документи, такі як кодекси поведінки, етичний кодекс, а також положення про охорону праці, часто є невід'ємною частиною кадрової політики і раніше не розглядалися як документи корпоративної соціальної відповідальності. Тоді добровільне дотримання певних екологічних та інших стандартів у виробничому процесі часто є невід'ємною частиною бізнесу, і адекватне вдосконалення та систематизація можуть стати частиною програми соціальної відповідальності. Внутрішній аналіз, показаний вище, спрямований на визначення процедур, яких бракує, і які необхідно запровадити в організації, щоб вона могла відповідально діяти стосовно своїх працівників, громади та природного середовища.

3. Одним з основних принципів у стратегічному управлінні соціальною відповідальністю є так звана «Суттєвість», яку представив Перекіс (2010). Це означає, що впровадження корпоративної відповідальності насамперед починається з ключових аспектів бізнесу, з якими організація впливає на громаду. Це може бути у сфері продукту, процесу чи, у разі надання інтелектуальних послуг, у сфері зайнятості. Наприклад, якщо бізнес здебільшого базується на транспорті, спочатку слід зосередитись на зменшенні викидів під час транспорту, а вже потім на інших аспектах, таких як стипендії для студентів у місцевій громаді чи волонтерство працівників. Що стосується банків, то основна відповідальність пов'язана з безпекою фінансових операцій, які здійснюють клієнти в банку. Якщо банк не повідомляє прозоро, усі витрати та інші аспекти фінансових домовленостей, пов'язаних з правами та обов'язками клієнтів, кожна ініційована філантропічна дія може бути контрпродуктивною. Отже, якщо компанія «пропустить» впровадження принципу підзвітності у своїх ключових бізнес-процесах та стосовно своїх працівників, усі зусилля щодо ініціювання дій та інших форм інвестиційної діяльності у громаді можуть бути недостатньо трактовані та прийняті зацікавленими сторонами [37].

4. Наступним кроком у систематичному здійсненні соціальної відповідальності в бізнесі є виявлення реальних проблем та потреб місцевої громади за спостережуваний період, до вирішення чи задоволення яких організація може сприяти, виконуючи свої соціальні зобов'язання. Дослідження можна проводити за допомогою кабінетного аналізу, тобто шляхом збору вторинних даних на загальнодержавному чи місцевому рівнях на тему: рівень зайнятості, рівень життя, проблеми вразливих груп суспільства, стан охорона здоров'я та освіта, екологічні питання та інші. Окрім встановлення фактів, важливо визначити, наскільки важливі люди та важливі групи зацікавлених сторін відчувають себе прив'язаними до певних соціальних проблем. Таким чином, розрив, який часто існує між очікуванням зацікавлених сторін щодо участі конкретних організацій та реальною роботою цих організацій у сферах, які зацікавлені сторони вважають важливими, зменшується.

5. Після проведення детального аналізу як внутрішньо, з огляду на поточну ситуацію, потенціал бізнес-планів організації, так і зовні, у сфері реальних потреб та очікувань громади, переходить до визначення відповідних стратегій та програм корпоративної соціальної відповідальності. Ван Марревейк вважає, що успішна стратегія соціальної відповідальності залежить від конкретного контексту бізнесу, і що кожна компанія повинна визначити, як встановлюватиме відповідальні відносини зі своїми зацікавленими сторонами та питання, які будуть вирішуватися в рамках своєї політики відповідальності. У цьому процесі автори вважають, що вони можуть використовувати два підходи: а) стосовно груп зацікавлених сторін (службовців, постачальників, замовників / споживачів, місцевих громад, ЗМІ) та б) стосовно вимірів корпоративної соціальної відповідальності (Основна місія та діяльність, робоче середовище, ринок, природне середовище та громада).

6. Забезпечення необхідних людських та матеріальних ресурсів.

Впровадження концепції соціальної відповідальності, а також інших бізнес-процесів вимагає залучення певних матеріальних та людських ресурсів. У зв'язку з цим організаційне рішення або посада в ієрархії, кількість людей у секторі чи колективі, чітко визначають їх повноваження

а відповідальність надзвичайно значна. Залучення співробітників, єдиним бізнес-завданням яких є це - позитивний перехід до стратегічного вирішення цього питання [12].

Бюджет на впровадження соціально відповідальних проектів складається з двох частин: одна присвячена управлінню, координації діяльності та комунікації, а друга призначена для конкретних витрат на здійснення діяльності. Залежно від особи, відповідальної за виконання конкретної програми, розміщується джерело коштів. Як і в інших функціях управління, бюджет на ці програми можна визначити за принципом «зверху вниз» (керівництво визначає загальний бюджет процесу, менеджер виділяє наявні ресурси, діяльність чи витрати) або відповідно до принцип «знизу вгору» (на

підставі затвердженого плану керівник пропонує бюджет або необхідні кошти для виконання прийнятого плану дій).

7. Виконання програм та планів.

Впровадження програми соціальної відповідальності ефективно, якщо вважати, що попередні кроки були успішно виконані, залежить від залучення та відданості самих працівників. Насправді, незважаючи на те, що від них очікується певні зміни та діяльність, працівники є послами бізнес-філософії та політики організації, а тому вони є ключовими рушіями соціальної відповідальності. Бажано, щоб працівники брали участь у самому процесі визначення стратегії та конкретних програм, щоб зібрати якомога більше якісних ідей, забезпечити включення, а отже і більшу мотивацію персоналу до реалізації програми. Цього можна досягти за допомогою адекватної внутрішньої двосторонньої комунікаційної кампанії, яка дозволяє співробітникам використовувати різні засоби комунікації (книга пропозицій, інтренет, внутрішній журнал тощо), щоб висловити своє ставлення, пропозицію чи критику ідеї [16]. Наприклад, у проекті корпоративного волонтерства бажано, щоб працівники пропонували тип волонтерської діяльності та заклад, якому вони хочуть допомагати.

8. Вимірювання результатів та ефектів

Оцінка процесу та результатів програми корпоративної соціальної відповідальності починається на етапі визначення цілей. Переваги можна відобразити як якісні, кількісні, грошові та немонетарні вигоди для компанії. Спочатку модель включає визначення ключових показників ефективності для різних областей переваг соціальної відповідальності, потім їх кількісне визначення та вимірювання. Один з можливих методів пропонує формулу для обчислення грошової доданої вартості корпоративної соціальної відповідальності використовуючи метод «знижи». Зазначена величина виникає, якщо відбулося збільшення доходів або скорочення витрат, застосовуючи концепцію корпоративної соціальної відповідальності. Існує цілий спектр показників ефективності, які використовуються для оцінки та вимірювання

ефективності системи соціальної відповідальності організації. Показники визначаються самою організацією з урахуванням специфіки програми, яку вона прийняла та реалізує. З цією метою можна використовувати деякі міжнародно визнані методології вимірювання, такі як Лондонська бенчмарка група (модель LBG), соціальна рентабельність інвестицій (SROI), добровільний аудит інвестицій та оцінки вартості (VIVA). Окрім показників, визначених самою організацією, можна використовувати показники зовнішніх незалежних установ, що спеціалізуються на корпоративної соціальної відповідальності. З ряду міжнародних організацій, які займаються компаніями з вимірювання, індексації та ранжирування за цими критеріями, виділяються наступні: «Індекс корпоративної відповідальності та навколишнього середовища» (Бізнес-організації у співтоваристві - BITS), «Індекс стійкості Dow Jones», «FTSE4Good "Ta" QLD ». Цікаво відзначити, що Інститут Репутації -організація, яка займається глобальним вимірюванням та рейтингом компанії по відношенню до репутації запровадили індекс корпоративної соціальної відповідальності (Індекс корпоративної соціальної відповідальності - CSRI) як похідний показник і критерій ранжування компанії. Цей індекс є унікальним, оскільки він не базується на самооцінці чи оцінці діяльності компаній у сфері соціальної відповідальності, але відображає сприйняття громадськістю та погляди на компанії в даній області.

9. Звітування та повідомлення результатів.

Висвітлення соціально відповідальних проектів, мабуть, є найбільш суперечливим аспектом цього процесу. Насправді існують різні погляди на те, як і в якій мірі адекватно повідомляти діяльність та результати, досягнуті організацією в цій галузі. Згідно з однією думкою, комунікація з приводу подібних проектів є "дешевим" просуванням на ринку та реалізацією переваг неринкових інструментів. З іншого боку, подібні заяви спонукає інші організації розпочати або активізувати свою діяльність у сфері соціальної

відповідальності та певним чином створює додатковий вимір для конкуренції у бізнесі, який приносить користь суспільству

10. Дослідження сприйняття та ставлення внутрішніх та зовнішніх зацікавлених сторін

Для отримання зворотного зв'язку щодо ефективності проведених програм та визначення можливих коригувальних дій для наступного циклу необхідно налагодити діалог з ключовими зацікавленими сторонами. Він може бути реалізований у прямому спілкуванні, але також шляхом досліджень або опитувань. Надзвичайно важливо визначити ознайомлення зацікавлених сторін та широкої громадськості з проведеними діями (чи вони чули про проект, як вони навчаються та скільки деталей вони знайомі з зусиллями організації у сфері соціальної відповідальності), їх обґрунтування чи обґрунтованість того, чи слід очікувати, що організація займається певною сферою, і, в кінцевому підсумку, оцінку ефективності роботи програми, проекту чи діяльності. Відповідно до отриманого зворотного зв'язку можна здійснити корекцію майбутнього плану реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності.

У процесі дослідження в п. 3.2, можна сказати, що ГО "СПМСПУ" рекомендується впроваджувати свій вплив шляхом виявлення потенційних проблем у членів досліджуваного підприємства, їх усунення, аналіз внутрішніх та зовнішніх загроз, впровадження новітніх методів вдосконалення соціальної відповідальності, а також поступовий перехід на екологічний вид господарської діяльності.

ВИСНОВКИ

У результаті проведених досліджень можна зробити наступні висновки:

- поняття «соціальна відповідальність» можна розуміти як, відповідальність підприємства не тільки перед його власниками, акціонерами, а й перед суспільством яке є невід'ємною частиною самої

організації. До основних критеріїв визначення соціально відповідального підприємства слід віднести: сплату податків, реалізацію корпоративних програм, захист екології тощо.

- також результаті дослідження можна встановити, що соціальна відповідальність можна поділити на три теорії. А саме теорія корпоративної соціальної відповідальності, теорія потрібного критерію та теорія зацікавлених сторін. Кожна з яких розкриває практичні аспекти різних підходів до реалізації соціальної відповідальності організації.
- можна зробити висновок, що ГО «СПМСППУ» є організацією, що вже протягом 30-ти років об'єднує підприємців по всій Україні. Проаналізувавши фінансові показники, було встановлено, що досліджувана організація є неприбутковою. Діяльність ГО «СПМСППУ», як всеукраїнської громадської організації, здійснюється лише за допомогою вступних та членських внесків. За останній рік внески збільшилися на суму 160 тис. грн., а у відсотковому співвідношенні це становить 40 %.
- впровадження соціальної відповідальності щодо співпраці бізнесу, уряду та громадянського суспільства є досягненням безпрограшної ситуації між трьома суб'єктами. Досвід показує те, що стійкі рішення з питань соціальної відповідальності на рівні громади, провінції та країни базуються на партнерстві між урядом, громадянським суспільством та бізнесом.
- Також можна зробити висновок, що існують різноманітні шляхи щодо удосконалення соціальної відповідальності. До таких методів слід віднести: прийняття ділового етичного кодексу, захист навколишнього середовища, поступовий перехід на екологічну господарську діяльність тощо.
- У процесі дослідження в п. 3.2, можна сказати, що ГО "СПМСППУ" рекомендується впроваджувати свій вплив шляхом виявлення потенційних проблем у членів досліджуваного підприємства, їх усунення,

аналіз внутрішніх та зовнішніх загроз, впровадження новітніх методів вдосконалення соціальної відповідальності, а також поступовий перехід на екологічний вид господарської діяльності.

РЕЗЮМЕ

Тема дипломної роботи: «Соціальна відповідальність у менеджменті організації» (за матеріалами ГО «Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України»).

Метою роботи є поглиблене вивчення і закріплення теоретичних знань, накопичених за час навчання, придбання навичок вивчення і узагальнення теоретичного та практичного матеріалу, розробка пропозицій щодо покращення, оптимізації діяльності організації та розвиток соціальної відповідальності у менеджменті організації.

Об'єктом дослідження виступає соціальна відповідальність організацій.

Предметом дослідження є сучасний стан соціальної відповідальності організацій в Україні. А також систематизація понять, пов'язаних з соціально відповідальною діяльністю, аналіз мотивів та переваг соціально відповідальної поведінки суб'єктів господарювання. В роботі розкрито розкрити сутність соціальної відповідальності; досліджено теорії; наведено загальну характеристику діяльності ГО «Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України»; запропоновано напрями підвищення ефективності управління соціальною діяльністю ГО «Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України»;

Кваліфікаційна дипломна робота за своєю структурою включає: вступ, три розділи, висновки, резюме, список використаних джерел, додатки.

RESUME

Thesis topic: "Social responsibility in the management of the organization" (according to the NGO "Union of Small and Medium Enterprises of Ukraine").

The aim of the work is in-depth study and consolidation of theoretical knowledge accumulated during training, acquisition of skills of study and generalization of theoretical and practical material, development of proposals for improvement, optimization of the organization and development of social responsibility in management.

The object of research is the social responsibility of organizations.

The subject of the study is the current state of social responsibility of organizations in Ukraine. As well as systematization of concepts related to socially responsible activities, analysis of motives and benefits of socially responsible behavior of business entities. The work reveals the essence of social responsibility; theories are investigated; the general characteristic of activity of NGO "Union of businessmen of small average and privatized enterprises of Ukraine" is resulted; the directions of increase of efficiency of management of social activity of the NGO "Union of Entrepreneurs of Small Medium and Privatized Enterprises of Ukraine" are offered;

Qualification thesis by its structure includes: introduction, three sections, conclusions, summary, list of sources used, appendices.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія / Т. Р. Антошко, П. В. Круш. – К. : НТУУ „КПІ”, 2015. – 275 с.
2. Баранцева С. М. Методичний підхід до оцінки ефективності діяльності підприємства з урахуванням соціальної відповідальності / С. М. Баранцева // Вісник Східно європейського університету економіки і менеджменту. Сер. : Економіка і менеджмент. – 2016. – № 2. – С. 50-57.
3. Бегма Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – К. : 2016. – 136 с.
4. Бібік Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kpi.kharkov.ua/archive/2012/14/2bibik.pdf>.
5. Бойчик І.М. Функціональні елементи ринкової інфраструктури та їх вплив на діяльність виробничих підприємств / І.М.Бойчик // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8 [46]. – С. 25-32.
6. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності / У. Волинець // Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер : Економіка АПК. – 2013. – № 20(1). – С. 117–122.
7. Ворона О. В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності / О. В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2016. – № 30. – С. 127-133.

8. Гордієнко Л. А. Еволюція концепцій соціальної відповідальності бізнесу / Л. А. Гордієнко // Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Економічні науки. – 2014. – Вип. 27. – С. 429–433
9. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – Ніжин : Лисенко М. М., 2012. – 175 с.
10. Головка Л. С. Проблеми та напрями розвитку корпоративного соціального управління / Л. С. Головка // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво. – 2014. – № 5. – С. 40–44.
11. Долішній М. Підприємництво в соціальній сфері як передумова формування експортноорієнтованої економічної політики / М. Долішній, В. Куценко // Економіка України. – 2016. – № 8. – С. 10–19.
12. Довгань Л. Є. Економічні аспекти корпоративної соціальної відповідальності в умовах макроекономічної кризи / Л. Є. Довгань, І. П. Малик // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2012. – № 2. – С. 106-110.
13. Елкінгтон Д. І Фрідман Е. Основні підходи до визначення соціальної відповідальності бізнесу як складової соціальної політики України. // Економіка та держава. – № 5. – 2012. – С. 79–93.
14. Євтушенко В. А. Розвиток соціальної відповідальності суб'єктів господарювання в Україні / В. А. Євтушенко, В. І. Чигрінов // Ринкова трансформація економіки. Збірник наукових праць. Вип. 14. – Х.: ХІБМ, 2012. – С. 190-203.
15. Жиглей І.В. Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності: теорія, методологія, організація: автореф. дис. на здобуття наук. Ступеня докт. екон. наук: 08.00.09 / І.В. Жиглей – Житомир, 2011. – 37 с.
16. Жук В. Напрями підвищення соціальної відповідальності бізнесу на місцевому рівні [Електронний ресурс] / В. Жук; – 2012. – Режим доступу: old.niss.gov.ua/Monitor/November/13.htm.

17. Звіт про фінансові результати на ГО “Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України” станом на 2019 рік.
18. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства. – К. : Стандарт, 2011. – 30-56 с.
19. Кузнєцова Т. В. Особливості формування моделей соціальної відповідальності бізнесу в зарубіжних країнах / Т. В. Кузнєцова, 2013. – Вип. 19, № 3. – С. 30–38.
20. Кукоба В. П. Системна організація забезпечення функціонування корпоративних соціально відповідальних відносин на підприємствах / В. П. Кукоба // Актуальні проблеми економіки . – 2012. – № 7. – С. 168–174.
21. Маркіна І. А. Методологія сучасного управління: монографія / І. А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2011. – 312 с.
22. Мартякова О. Проблеми партнерства бізнесу, влади та суспільства в системі регіонального розвитку / О. Мартякова, Т. Василенко // Схід. 2011. – № 1 (108). – С. 97–100.
23. Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. Мельник // Економіка та держава. – 2014. – № 5. – С. 71–73.
24. Мурашко М. І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М. І. Мурашко / соціальна економіка : Науковоекономічний та суспільно-політичний журнал . – 2013. – № 2. – С. 114 – 122.
25. Офіційний сайт Центру розвитку КСВ в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.csrukraine>.
26. Рудкевич І. В. Роль держави в моделях соціального захисту населення / І. В. Рудкевич // Науковий вісник Академії муніципального управління. Збірник наукових праць. Серія «Управління». – 2013. – № 1. – С. 178-187.

27. Самофалова Т. О. Соціальна відповідальність бізнесу як об'єктивна категорія соціально-економічної системи / Т. О. Самофалова // Теорія та практика державного управління. – 2011. – Вип. 2. – С. 214–220.
28. Сімченко Н. О. Сучасні підходи до формування соціально-економічного механізму управління підприємством / Н. О. Сімченко, В. П. Панченко. – Херсон : РВЦ МУБіП, 2012. – № 26. – С. 138–144.
29. Собко О. М. Інтелектуальний капітал і креація вартості підприємства : моногр. / О. М. Собко. – Тернопіль : Економічна думка, 2016. – 444 с
30. Соціально відповідальний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.svb.org.ua/>.
31. Спілка підприємців малих середніх та приватизованих підприємств України: [Веб-сайт]. Київ, 2010. URL: <http://www.spmsppu.kiev.ua/> (дата звернення: 01.05.2020).
32. Сучков А. В. Соціальна відповідальність бізнесу як складова його конкурентоспроможності / А. В. Сучков // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності . – 2013. – Вип. 1(3). – С. 186–190.
33. Ткаченко В. С. Соціальна відповідальність бізнесу як наслідок державного регулювання економіки / В. С. Ткаченко // Водний транспорт. – 2014. – Вип. 1. – С. 188–192.
34. Цина А. Визначення основних принципів соціальної відповідальності з охорони праці / А. Цина // Педагогічні науки. – 2012. – Вип. 2. – С. 20–26.
35. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В. М. Шаповал. – Д. : Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. – 356 с.
36. Corporate Social Responsibility (CSR): [Веб-сайт]. Ohio, 2018. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp> (дата звернення: 10.04.2020).
37. Corporate social responsibility: [Веб-сайт]. London, 2018. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully> (дата звернення: 13.04.2020).

38. Porter M. *Competitive strategy. Techniques for analyzing industries and competitors*/ M. Porter. – The free press, 2014. – 422 p.
39. Sobko O. Ocena efektów kreacji wartości przedsiębiorstwa spowodowanych rozwojem kapitału intelektualnego / O. Sobko // *Organizacja i Zarządzanie. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej*. – S. 593–604.
40. Vaskiv O. P. Institutional traps in business: the subject-object approach / O. P. Vashkiv, O. O. Vashkiv // «Актуальні аспекти модернізації економіки та фінансової системи України» : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції [Запоріжжя, 26 серп. 2016 р.]. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. – С. 8–10.
41. What Is Corporate Social Responsibility: [Веб-сайт]. Boston, 2019. URL: <https://www.businessnewsdaily.com/4679-corporate-social-responsibility.html> (дата звернення: 13.04.2020).

ДОДАТКИ

Фінансові дані ГО «СПМСПУ» у період з 2016 по 2019 рр., грн.

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2019 р.	Абсолют не відхилен ня 2019/201 6 +/-	Абсолют не відхилен ня 2019/201 7 +/-	Абсолют не відхилен ня 2019/201 8 +/-
Доходи							
Вступні внески	8 000	8 000	8 000	8 000	–	–	–
Членські внески	392 000	412 000	432 000	552 000	160 000	140 000	120 000
Всього:	400 000	420 000	440 000	560 000	160 000	140 000	120 000
Видатки							
Оплата праці, в т.ч. обов'язкові податки і збори	240 000,00	260 000,00	280 000,00	333 800,00	93 800	73 800	53 800
Оренда приміщень та оплата комунальних послуг	100 000,00	100 000,00	100 000,00	176 000,00	76 000	76 000	76 000
Послуги зв'язку (телефон, моб. зв'язок)	12 000,00	12 000,00	12 000,00	11 600,00	-400	-400	-400
Поштові витрати (конверти, марки)	11 200,00	11 200,00	11 200,00	14 600,00	3 400	3 400	3 400
Витрати на відрядження	19 000,00	19 000,00	19 000,00	4 000,00	-15 000	-15 000	-15 000
Господарські витрати	3 000,00	3 000,00	3 000,00	2 000,00	-1000	-1000	-1000
Канцтовари	2 000,00	2 000,00	2 000,00	2 000,00	–	–	–
Витрати на друкування матеріалів та обслуговування оргтехніки	12 000,00	12 000,00	12 000,00	16 000,00	4 000	4 000	4 000
Інші послуги	800,00	800,00	800,00	–	-800	-800	-800
Всього:	400 000,00	420 000,00	440 000,00	560 000,00	160 000	140 000	120 000

Джерело: створено автором на основі даних [17].