

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НА СТАН РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

THE EFFECTS OF THE CORPORATE SOCIAL SUSTAINABILITY ON THE STATE OF DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN ENTERPRISE PERSONNEL

Шестакова А.В.

кандидат економічних наук, викладач,
Житомирський торгово-економічний коледж
Київського національного торгово-економічного університету

Shestakova Anna

Candidate of Science (Econ.), Lecturer,
Zhytomyr College of Economics and Trade
Kyiv National University of Economics and Trade

У статті формалізовано побудову та науково-прикладні засади функціонування механізму корпоративної соціальної відповідальності суб'єктами вітчизняних аграрних підприємств. Установлено, що в сучасних умовах господарювання особливого значення набуває концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу, у рамках якого відбувається процес створення цінностей для самого аграрного підприємства, працівників, споживачів, керівництва, об'єднаної територіальної громади, бізнес-партнерів, держави у цілому. Застосування практики корпоративної соціальної відповідальності має стати невід'ємною частиною механізмів виробничої та економічної діяльності національних суб'єктів господарювання сільського господарства. Виявлено, що в елементах моделі корпоративної соціальної відповідальності необхідно посилити соціальний блок. Це забезпечить краще та ширше впровадження корпоративної соціальної відповідальності суб'єктів господарювання агросфери, що, своєю чергою, може допомогти створити нові ринку збуту продовольства та сільськогосподарської продукції в Україні та за її межами. Застосування системно-структурного та бізнес-процесного підходів для повної характеристики механізмів формування корпоративної соціальної відповідальності поліпшить стан розвитку аграрних підприємств в управлінні персоналом.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, управління персоналом, бренд роботодавця, HR-менеджер, командна праця.

В статье формализованы построение и научно-прикладные основы функционирования механизма корпоративной социальной ответственности субъектами отечественных аграрных предприятий. Установлено, что в современных условиях хозяйствования особое значение приобретает концепция корпоративной социальной ответственности бизнеса, в рамках которого происходит процесс создания ценностей для самого аграрного предприятия, работников, потребителей, руководства, объединенной территориальной общины, бизнес-партнеров, государства в целом. Практика корпоративной социальной ответственности должна стать неотъемлемой частью механизмов производственной и экономической деятельности национальных субъектов хозяйствования сельского хозяйства. Выявлено, что в элементах модели корпоративной социальной ответственности необходимо усилить социальный блок. Это обеспечит лучшее и широкое внедрение корпоративной социальной ответственности субъектов хозяйствования агросферы, что, в свою очередь, может помочь создать новые рынки сбыта продовольствия и сельскохозяйственной продукции в Украине и за ее пределами. Применение системно-структурного и бизнес-процессного подходов для полной характеристики механизмов формирования корпоративной социальной ответственности улучшит состояние развития аграрных предприятий в управлении персоналом.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, управление персоналом, бренд работодателя, HR-менеджер, командная работа.

The paper deals with the formalization of the structure, as well as with the research and applied principles of the functioning of the mechanism of the corporate social sustainability of the entities of domestic agrarian enterprises. It has been established that under present-day management conditions the concept of the business corporate social sustainability is gaining more and more in importance. Within the framework of business one can observe the pro-

cess of creating values for the agrarian enterprise itself, its employees, consumers, top management, united territorial community, business partners and the state in general. Hence, the application of the practice of the corporate social sustainability may become an integral part of the mechanisms of the production and economic activities of the national economic entities of agriculture. With respect to the elements of the model for the corporate social sustainability more emphasis must be laid on the social module. That will provide for the better and wider introduction of the corporate social sustainability of the economic entities in the agrosphere which in its turn will contribute to creating new sales markets of the foodstuffs and farm products both in Ukraine and abroad, solving social and ecological problems, facilitating the access of business formations with the Ukrainian capital to international markets, improving the efficiency of managing personnel and ensuring a well-balanced development of the country in general. The application of the systems-structural business and process-oriented approaches to the comprehensive characteristics of the mechanisms of forming the corporate social sustainability will make it possible to improve the state of development of the agrarian enterprises in the sphere of personnel management. The research results prove that an HR-manager and a financial manager can work in team, interacting with self-motivated employees, heads of departments of supply and human resources with the aim of developing and introducing the decisions in automation and reorganization of the working processes according to new requirements. It has been stated that the creation of the employer brand will positively affect consumers and the process of solving the problem of unemployment in rural areas. It has been established that focusing on command will strengthen the positions of employees inside the enterprise and enhance competitiveness of the agrarian enterprise in the market environment. It has been proved that with respect to the strategic prospect the game will be won only by those market entities which on a voluntary basis position themselves as socially sustainable business formations whose portfolio of interest comprises interests and needs that are not financially but socially oriented, thus focusing on the command cooperation. It has been revealed that nowadays the social vector proves the main instrument of achieving success on the labour market, as well as a powerful instrument in providing for the sufficient level of the economic protection and efficiency of the enterprise on the market in general. Hence, the suggested conceptual model for the interrelation of the corporate social sustainability with local communities comprises the general information connected with the formation of the social sustainability where the top management of agrarian enterprises and the representatives of the united territorial communities act as the principle elements.

Key words: corporate social sustainability, personnel management, employer brand, HR-manager, team work.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Пріоритетні напрями розвитку України, які в умовах посилення євроінтеграції дедалі більше визначають місце країни на міжнародному ринку і водночас виступають важливим чинником трансформації економіки, значною мірою пов'язані з аграрною сферою. Натомість розвиток соціальних послуг забезпечує зростання ВВП, зайнятість населення і нарощування грошових надходжень до бюджету країни, що, з одного боку, визначає освітній рівень, формуючи людський ресурс держави, а з іншого – сприяє появі нових напрямів управління в розвитку персоналу. Виходячи із зазначеного, тема наукових досліджень із пошуку стратегічних напрямів розвитку персоналу аграрних підприємств України є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблеми соціальної відповідальності підприємств та бізнесу досліджувалися в роботах Дж. Акерлофа, Г. Боуена, П. Друкера, О.О. Лазаренка, Р.Ф. Пустовіта та ін. Питаннями соціальної відповідальності та її впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств займалися такі вітчизняні науковці, як З.І. Галушка, О.А. Грішнова, О.В. Дудкін, А.Г. Зінченко, А.М. Колот, С.В. Мельник, Ю.Н. Петрушенко, В.М. Шаповал та ін.

Проте корпоративна соціальна відповідальність як чинник впливу на стан розвитку персо-

налу аграрних підприємств потребує подальших досліджень.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є визначення сутності, складників, напрямів та тенденцій поширення корпоративної соціальної відповідальності аграрних підприємств як чинника впливу на стан розвитку персоналу.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У функціонуванні підприємств у соціальному напрямі необхідним аспектом є корпоративна соціальна відповідальність, що формуватиме вектор стабільної праці та бренд продукції на сільськогосподарських підприємствах. Корпоративна соціальна відповідальність більше не є просто програмою із забезпечення корпоративної соціальної відповідальності, маркетинговою ініціативою чи програмою, якою керує директор з управління персоналом. Нині корпоративна соціальна відповідальність – це стратегія на рівні керівників найвищої ланки, яка визначає саму сутність ідентичності підприємства.

Особливу соціальну роль відіграє впровадження механізмів контролю якості та сертифікації продукції, використання екологічно безпечних та енергозберігаючих технологій тощо. Поняття механізмів соціальної відповідальності бізнесу повною мірою уособлює цю взаємодію [1].

Терміни «механізми соціальної відповідальності», «механізми корпоративної соціальної

відповідальності» вперше були сформульовані тільки разом із основоположними категоріями як системними явищами і процесами, які вони розвивають, у 1999 р. Існують декілька визначень цих понять. У науковій літературі механізми соціальної відповідальності розглядаються як сукупність інструментів та важелів, технологій просування соціально відповідального бізнесу, який приносить користь підприємництву і суспільству, сприяє соціальному, економічному й екологічно сталому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу на середовище господарювання і мінімізації негативного впливу [1].

Зазначені механізми спрямовані на досягнення комерційного успіху засобами, що враховують морально-етичні та екологічні принципи господарювання. У більш широкому розумінні під механізмом соціальної відповідальності слід розуміти системну динамічну взаємопов'язану сукупність організаційно-управлінського (форм, напрямів, рівнів, принципів, моніторингу, планування, прогнозування, контролю), фінансово-інвестиційного (податкового, цінового, митного, кредитного), інституційного (норм, законів, інститутів) інструментів та методів забезпечення відповідального ставлення будь-якого підприємства до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активної соціальної позиції, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших суспільних проблем [2, с. 98].

В Україні більшість аграрних підприємств (як великих, так і середніх) не має визначеної стратегії соціальної відповідальності, перебуває на етапі дотримання законодавства та одиничних добродійних або волонтерських заходів.

Основною метою впровадження вітчизняними аграрними підприємствами механізмів соціальної відповідальності є: досягнення та підтримка позитивного іміджу та репутації як ресурсу в конкурентній боротьбі для транснаціональних корпорацій та компаній, що здійснюють міжнародну діяльність в агросфері; власні переконання топ-менеджменту та власників; розширення ринків збуту через створення нових зразків соціально значимої продукції, послуг або виходів на нові ринку збуту; підвищення капіталізації внаслідок збільшення інвестиційної привабливості аграрних підприємств; збільшення лояльності регіональних та державних органів влади до бізнесу [3].

Обмеженість застосування принципів соціальної відповідальності на вітчизняних аграрних та агропромислових підприємствах пов'язана також із відсутністю достатньої кількості фінансових ресурсів, дефіцитом урядових і неурядових організацій, що її підтримують; нестабільністю політичної та економічної ситуації в країні; відсутністю повного розуміння підприємствами сутності соціальної відповідальності; відсутністю дієвої системи морального та матеріаль-

ного заохочення соціальної відповідальності бізнес-структур [4].

Як зазначалося раніше, фінансові показники компанії пов'язані з рівнем її соціальної відповідальності. Спостережні комісії створили безліч різних індексів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) та «найкращих місць роботи», зокрема рейтинг найпопулярніших компаній у світі за версією журналу Fortune, індекс сталого розвитку Доу-Джонса та багато інших. Новий мета-аналіз виявив прямий взаємозв'язок між індексом КСВ і рентабельністю компаній, а дослідження соціально відповідальних компаній виявило, що їхні показники у вісім разів перевищили результати аналогічних компаній, включених до індексу S&P 500. Спільнота інвесторів уважно стежить за дотриманням компаніями принципів КСВ. Дослідження думок 22 тис спеціалістів у сфері інвестицій свідчить, що 78% респондентів збільшили обсяг інвестицій у компаніях, зосереджених на дотриманні принципів КСВ. Деякі інвестори також оцінюють організацію за допомогою рейтингових онлайн-платформ, таких як Glassdoor, щоб зрозуміти, чи існує безпосередній зв'язок між брендом роботодавця й якістю процедур найму та утримання працівників. Багато організацій реагує на вимоги щодо забезпечення ефективної корпоративної соціальної відповідальності, а також на дедалі більший зв'язок між соціальним впливом та фінансовими показниками [5, с. 39].

Таким чином, можна зробити висновок про взаємозалежність корпоративної соціальної відповідальності, фінансових результатів господарської діяльності підприємств та бренду роботодавця. Формування пріоритетності щодо збільшення заробітної плати в подальшому відобразатиметься на інтегрованій та дієвій моделі корпоративної соціальної відповідальності сільськогосподарських підприємств. Отже, корпоративна соціальна відповідальність впливатиме не лише на споживачів, а й на бренд роботодавця. Очевидно, що ключовою ланкою в розвитку та сприянні корпоративній соціальній відповідальності у сільськогосподарських підприємствах є підтримка об'єднаних територіальних громад (рис. 1).

Досліджуючи аспекти розвитку та впровадження корпоративної соціальної відповідальності, доцільно стверджувати, що її вплив на управління персоналом сільськогосподарських підприємств позначатиметься на переході до інноваційного керівництва. Такі зміни позитивно вплинуть на внутрішню кадрову політику та зміцнять мотиваційні чинники формування персоналу.

Підходи до керівництва не завжди були такими, як зараз. У 1800-х роках і на початку 1900-х років на найвищому рівні ієрархії компанії був генеральний директор, який приймав більшість важливих рішень і делегував лише деякі обов'язки функціональним менеджерам



Рис. 1. Концептуальна модель взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності з місцевими громадами
Джерело: розроблено автором

у межах компанії. Згодом ця модель розширилася та утворила систему так званих «героїв певного фаху» із зазначенням слова «директор» у назвах їхніх посад: фінансовий директор, IT-директор, HR-директор тощо. Кожному з них передавалася у «володіння» певна сфера відповідальності [6, с. 4–5].

Утім, вузька спеціалізація стала поштовхом до появи нової динаміки: працівники керівного складу, як правило, не працювали у тісній взаємодії; це мало сенс у відносно статичному, передбачуваному бізнес-середовищі, коли причини проблем було легко ідентифікувати і вирішення цих проблеми не потребувало глибокої функціональної експертизи та інноваційних підходів до управління персоналом.

Розвиток інноваційних підходів у HR-роботі з працівниками, на нашу думку, має проявлятися через командний напрям організації робочого процесу на сільськогосподарських підприємствах. Відповідно до командної моделі, топ-менеджмент не лише керуватиме власним бізнес-напрямом, а й співпрацюватиме з іншими функціональними керівниками у командах, які формують стратегічний напрям діяльності підприємства, а також впливають та надихають мережі команд у межах усієї організації. Отже, метою даного підходу є перетворення роботи топ-менеджменту на злагоджений механізм, що створює гармонійну єдність та командний принцип роботи.

Реорганізація робочих процесів і робочої сили для інтеграції технологій виробництва з використанням нових моделей підбору працівників змішаних категорій являє собою комплексну та нову можливість у межах усіх галузей та функцій. При цьому HR-менеджер та фінансовий

директор можуть працювати разом, взаємодіяти з ініціативними працівниками, начальниками з управління ланцюгами постачання та людськими ресурсами для розроблення й удосконалення рішень з автоматизації, реорганізації робочих процесів відповідно до нових вимог. Таким чином, це створюватиме цінні та значущі робочі місця, кар'єрні можливості та можливості для розвитку працівників.

Такі дії спонукатимуть до захисту бренду продукції, що виготовлятимуть сільськогосподарські підприємства. У взаємопов'язаному та прозорому світі клієнти й працівники (деякі з них можуть бути і клієнтом, і працівником) нерозривно пов'язані з корпоративним брендом. Директори з маркетингу та фахівці з управління людськими ресурсами разом із директором забезпечуватимуть ефективне управління ризиками та, своєю чергою, можуть працювати разом для забезпечення повного управління внутрішнім і зовнішнім брендом організації (підприємства).

Логічним продовженням роботи над закріпленням бренду є інновації. Працівники, що відповідають за розвиток інновацій, можуть зіграти ключову роль у поширенні інноваційної діяльності в межах інших функцій та підприємства загалом. Коли один відділ впроваджує інновації, їх нововведення впливають на роботу в інших відділах, що дає змогу всім відділам навчатися разом.

Рух у напрямі «командності» топ-менеджменту є однією з найпотужніших і передових тенденцій для організацій у всьому світі. Керівники найвищої ланки провідних підприємств мають зрозуміти, що робота, співпраця та взаємодія у межах відділу (команди) набувають сьогодні великого

значення, і вони реорганізують робочі процеси відповідно до такої моделі. Вирішальним чинником у командному підході менеджменту персоналу має стати спільний результат, який зміцнить усвідомлення значимості кожного з працівників усередині підприємства та прискорить конкурентоспроможні позиції підприємства в ринковому середовищі.

Міжнародним досвідом та практикою бізнесу вже доведено, що у стратегічній перспективі виграють лише ті суб'єкти ринку, котрі на добровільних засадах позиціонують себе як соціально відповідальні бізнес-структури, головним у портфелі інтересів яких постають інтереси і потреби не фінансового, а саме соціального характеру з орієнтацією на командну співпрацю. Тому соціальний вектор нині є головним інструментом досягнення успіху на ринку праці та потужним інструментом у забезпеченні достатнього для підприємства рівня економічної захищеності та ефективності на ринку в цілому.

Висновки з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, запропонована концептуальна модель взаємозв'язку корпоративної соціальної відповідальності з місцевими громадами містить загальну інформацію про формування соціальної відповідальності, де головні елементи – вище керівництво аграрних підприємств та представники об'єднаних територіальних громад. Вона має вигляд взаємопов'язаних блоків, в основу яких покладено соціальну концепцію прийняття управлінських та господарських рішень, спрямованих на розроблення та вибір найкращого з можливих альтернативних варіантів вирішення конкретної проблеми. Запропонований підхід дає змогу розробити укрупнену модель, яку можна деталізувати, визначивши основні етапи впровадження механізму формування соціальної відповідальності на підприємствах сільського господарства та агропромислового виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Форум соціально відповідального бізнесу. URL : <http://svb.org.ua/publications> (дата звернення: 15.02.2020).
2. Царик І.М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки : монографія. Чернігів : Чернігівський державний інститут права, соціальних технологій та праці, 2011. 152 с.
3. Банева І.О. Добročинність та спонсорство як форми соціальної відповідальності бізнесових структур у сфері виробництва продуктів харчування. *Науковий вісник ХДУ. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 8. Ч. 2. С. 36–39.
4. Мазуренко В.П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. *Ефективна економіка*. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199/publications> (дата звернення: 24.02.2020).
5. Deloitte Global Human Capital Trends: Залученість суспільства та соціальний вплив: відображення бізнесу в суспільстві. Р. 6. 2018. 70 с.
6. Deloitte Global Human Capital Trends: Єдність менеджменту як мистецтво самоуправління: командами керують команди. Р. 1. 2018. 70 с.

REFERENCES:

1. Forum sotsial'no vidpovidal'noho biznesu URL: <http://svb.org.ua/publications> (accessed: 15.02.2020). [in Ukrainian].
2. Tsaryk I.M. Rehulyatyvni instrumenty posylennya sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesu v systemi natsional'noyi ekonomiky: monohrafiya. Chernihiv: Chernihiv's'kyy derzhavnyy instytut prava, sotsial'nykh tekhnolohiy ta pratsi, 2011. 152 p. [in Ukrainian].
3. Banyeva I.O. Dobročynnist' ta sponsorstvo yak formy sotsial'noyi vidpovidal'nosti biznesovykh struktur u sferi vyrobnytstva produktiv kharchuvannya. *Naukovyy visnyk KHDU. Seriya: Ekonomichni nauky*. 2014. Vyp. 8. P. 2. PP. 36–39. [in Ukrainian].
4. Mazurenko V.P. Suchasna kontseptsiya korporatyvnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti u mizhnarodnomu biznesi. *Efektivna ekonomika*. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199/publications> (accessed: 24.02.2020). [in Ukrainian].
5. Deloitte Global Human Capital Trends: Zaluchenist' suspil'stva ta sotsial'nyy vplyv: vidobrazhennya biznesu v suspil'stvi. Р. 6. 2018. 70 p. [in Ukrainian].
6. Deloitte Global Human Capital Trends: Yednist' menedzhmentu yak mystetstvo samoupravlinnya: komandamy keruyut' komandy. Р. 1. 2018. 70 p. [in Ukrainian].