

СТАНДАРТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПОСТАВКИ ГАЗУ ПЕРЕД ПОБУТОВИМИ СПОЖИВАЧАМИ

В статті розглядається актуальна проблематика впровадження стандартів корпоративної соціальної відповідальності на українських підприємствах поставки газу перед побутовими споживачами. В умовах відсутності національного стандарту корпоративної соціальної відповідальності за базу для розробки окремих корпоративних стандартів для підприємств сфери газопостачання пропонується взяти стандарт Міжнародної організації зі стандартизації ISO 26000:2010 як такий, що приділяє високу увагу саме аспектам відповідальності бізнесу перед споживачами. На основі зазначеного стандарту розроблено адаптований до вітчизняної галузі побутового газопостачання та доповнений типовий корпоративний стандарт соціальної відповідальності підприємств газопостачання перед побутовими споживачами. Крім того, розроблено алгоритм формування та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємств поставки газу в частині відповідальності перед побутовими споживачами. Вважаємо, що впровадження стандартів корпоративної соціальної відповідальності в Україні, як в економіці в цілому так і у сфері газопостачання зокрема – це важливе загальнодержавне питання, яке не можна лишати без уваги, транслюючи відповідальність на мікрорівень. Нажаль, підприємницька та корпоративна культура, що сформувалась в Україні на даний момент, є доволі низькою. Особливо це стосується галузей природних монополій, таких як підприємства постачання газу побутовим споживачам. В той час, як в конкурентному середовищі вітчизняні компанії ще хоч якось дотримуються корпоративної соціальної відповідальності по відношенню до споживачів (хоча – й не повною мірою), оскільки у споживачів продукції та послуг є вибір, в монопольному середовищі права споживача, що майже не має вибору, часто не дотримуються або відверто порушуються, що аж ніяк не сприяє принципам корпоративної соціальної відповідальності. Про це свідчать випадки зі зловживаннями в газзбутах (облгазах), коли ціни для побутових споживачів підвищуються за рахунок зниження цін для корпоративних, або коли цілі будинки, в яких проживають сумлінні користувачі послуг, на тижні відключаються від газопостачання. Таким чином, запропоновані у роботі стандарти корпоративної соціальної відповідальності та алгоритм розробки і впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності для підприємств газопостачання (та інших інфраструктурних підприємств на монопольних ринках) мають бути рекомендовані до впровадження на загальнодержавному рівні, оскільки це сприятиме зниженню рівня соціального напруження та покращення міжнародного іміджу країни в цілому. Напрямом подальших досліджень має бути розробка інтегрованої стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємств газопостачання та комплексу стандартів корпоративної соціальної відповідальності для компаній, що працюють у даній сфері.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, стандарти соціальної відповідальності перед споживачами, підприємства поставки газу, стратегія корпоративної соціальної відповідальності.