Ірина В. Перевозова[1], Оксана М. Швед[2]

СТАНДАРТИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПОСТАВКИ ГАЗУ ПЕРЕД ПОБУТОВИМИ СПОЖИВАЧАМИ

У 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.

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

Літ. 11.

ДОІ 10.32752/1993-6788-2019-1-222-77-83

Ирина В. Перевозова, Оксана Н. Швед

СТАНДАРТЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСТАВКИ ГАЗА ПЕРЕД БЫТОВЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

В статье рассматривается актуальная проблематика внедрения стандартов корпоративной социальной ответственности на украинских предприятиях поставки газа перед бытовыми потребителями. В условиях отсутствия национального стандарта корпоративной социальной ответственности за основу для разработки отдельных корпоративных стандартов для предприятий сферы газоснабжения предлагается принять стандарт Международной организации по стандартизации ISO 26000: 2010 как таковой, что уделяет высокое внимание именно аспектам ответственности бизнеса перед потребителями. На основе указанного стандарта разработан адаптированный к отечественной отрасли бытового газоснабжения и дополненный типовой корпоративный стандарт социальной ответственности предприятий газоснабжения перед бытовыми потребителями. Кроме того, разработан алгоритм формирования и реализации стратегии корпоративной социальной ответственности предприятий поставки газа в части ответственности перед бытовыми потребителями.

Ключевые слова: *корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, стандарты социальной ответственности перед потребителями, предприятия поставки газа, стратегия корпоративной социальной ответственности.*

[1] Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Ivano-Frankivsk. Ukraine.
[2] Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas. Ivano-Frankivsk. Ukraine.

© IrynaV. Perevozova, Oksana M. Shved, 2019

IrynaV. Perevozova, Oksana M. Shved

SOCIAL RESPONSIBILITY STANDARDS OF A GAS SUPPLY ENTERPRISE TO RESIDENTIAL CONSUMERS

The article discusses the current problems of implementing corporate social responsibility standards at Ukrainian gas supply enterprises to domestic consumers. In the absence of a national standard for corporate social responsibility, it is proposed that the standard of the International Organization for Standardization ISO 26000: 2010 as such be adopted as the basis for the development of individual corporate standards for gas supply enterprises, which pays high attention to aspects of business responsibility to consumers. Based on this standard, a domestic corporate gas supply adapted to the domestic industry and augmented standard corporate standard for social responsibility of gas supply enterprises to household consumers have been developed. In addition, an algorithm has been developed for the formation and implementation of a strategy for corporate social responsibility of gas supply enterprises in terms of responsibility to domestic consumers.

Keywords: *corporate social responsibility, business social responsibility, standards of social responsibility to consumers, gas supply enterprises, corporate social responsibility strategy.*

Peer-reviewed, approved and placed: *11.12.2019.*

Постановка проблеми. В умовах переходу до Індустрії 4.0 економічний розвиток як такий залишає свою роль головного пріоритету. Натомість, на перший план виходить питання соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, оскільки саме на мікроекономічному рівні формуються основні соціальні та екологічні проблеми сучасності. Загальною світовою практикою стає обов'язкове звітування суб'єктів господарювання не тільки про фінансові результати своєї діяльності, але і про екологічні та соціальні. Це стосується, в тому числі, і газопостачальних компаній.

В зарубіжній управлінській практиці питання соціальної відповідальності бізнесу є розробленими досить глибоко. Результати теоретичних та практичних досліджень з даного питання знайшли втілення у загальноприйнятих стандартах соціальної звітності: AA1000 AS (розроблено Британським інститутом соціальної та етичної звітності), ISO 26000, SA 8000 (спрямований на забезпечення корпоративної соціальної відповідальності перед найманими працівниками без урахування інших аспектів соцвідповідальності), GRI (стандарт ООН, що враховує Глобальні цілі сталого розвитку), Sunshine (стандарт Альянсу стейкхолдерів США). Тому розробка підходів до формування стандартів соціальної відповідальності для підприємств поставки газу в Україні є актуальним та своєчасним завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наявність широкого переліку міжнародних та національних стандартів корпоративної соціальної відповідальності свідчить про ґрунтовні дослідження даної проблематики та її глибоке практичне опрацювання. В міжнародній науковій спільноті широко відомі праці таких вчених, як Г. Боуен [1], К. Девіс [2], П. Друкер [3], та ін., які, власне, і сформували сучасну концепцію корпоративної соціальної відповідальності. Сучасні проблеми в сфері соціальної відповідальності бізнесу досліджують, зокрема, такі фахівці, як Д. Баден [4], Д. Дефо [5], Н. Капалді [6], та ін.

В Україні над проблемами корпоративної соціальної відповідальності працюють такі вчені, як: О. Левченко [7], Т. Литвиненко [8], Н. Орлова та А.

Харламова [9] та ін. Втім, спеціальних досліджень, присвячених формуванню стандартів корпоративної соціальної відповідальності підприємств-газопостачальників (зокрема – соціальної відповідальності перед побутовими споживачами) досі ще бракує, що і зумовило напрямок та вибір теми дослідження.

Виділення недосліджених частин загальної проблеми. Інтеграційні процеси зумовлюють нові вимоги і до вітчизняних газопостачальників, що тільки починають переймати зарубіжний досвід. Втім, необхідність звітування вимагає від суб'єкту господарювання наявності стандартів соціальної відповідальності та стратегічних планів, розроблених на їхніх засадах. В Україні національний стандарт соціальної відповідальності, що міг би слугувати основою для корпоративних стандартів окремих компаній, на даний момент відсутній.

Метою дослідження є розробка підходів до формування стандартів корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних підприємств поставки газу перед побутовими споживачами.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) підприємств газопостачання охоплює наступні складові:

- відповідальність перед акціонерами та іншими стейкхолдерами;
- відповідальність перед споживачами (покупцями, клієнтами);
- відповідальність перед персоналом;
- ділова відповідальність;
- відповідальність перед соціумом (зменшення екологічного навантаження, запобігання технологічним ризикам, раціональне користування ресурсами тощо);
- відповідальність перед місцевою громадою (розвиток місцевої інфраструктури та благоустрою, підтримка місцевих проектів тощо).

В даному дослідженні розглядається лише друга складова в тій частині, в якій вона торкається побутових споживачів (корпоративні споживачі залишаються за межами дослідження). Втім, слід зазначити, що стандарти соціальної відповідальності на підприємстві є єдиною системою, тому їх впровадження повинно бути комплексним.

Слід відзначити, що господарська діяльність компаній-газопостачальників пов'язана з цілою низкою технологічних та екологічних ризиків, зумовлених специфікою використовуваних технологій газопостачання та складністю організації контролю за безпекою мереж. Даний аспект, здебільшого, торкається КСВ перед суспільством в цілому, але частково стосується і безпосередньо побутових споживачів. Тому технологічна та екологічна компоненти КСВ повинні бути включені в стандарт КСВ компанії-газопостачальника серед пріоритетних аспектів відповідальності, що повинно також відбиватись у соціальних планах та звітах компаній.

Зважаючи на відсутність національних стандартів в сфері соціальної відповідальності бізнесу, доцільно взяти за основу один із міжнародних стандартів з КСВ в тій частині, в якій він стосується соціальної відповідальності перед клієнтами компанії (в даному випадку – некорпоративними споживачами). Оптимальним з цієї точки зору видається стандарт Міжнародної організації зі стандартизації ISO 26000:2010 [10].

У зазначеному стандарті особлива увага приділяється саме відповідальності перед споживачами: документ містить заклик на державному та корпоративному рівні захищати споживачів від ризиків для їх здоров'я та безпеки, сприяти та захищати економічні інтереси споживачів, надавати їм можливість робити інформований вибір, забезпечувати їх освіту, доступ до ефективних механізмів компенсації у випадку нанесення шкоди, стимулювати стійку структуру споживання та гарантувати свободу формування груп споживачів [10]. Для сфери побутового газопостачання це є особливо актуальним, оскільки ця галузь носить монополістичний характер, тому компанії-газопостачальники не мають природних (тобто, конкурентних) стимулів для забезпечення високих соціальних стандартів по відношенню до споживачів, отже, головну роль у впровадженні даних стандартів повинна взяти на себе держава.

Проблеми, пов'язані зі споживачами, на яких акцентує увагу ISO 26000:2010, як ми вважаємо, повинні бути зафіксовані в корпоративному соціальному стандарті відповідальності газопостачальників.

Адаптований до вітчизняної галузі побутового газопостачання та доповнений типовий корпоративний стандарт соціальної відповідальності підприємств газопостачання перед побутовими споживачами має включати наступні аспекти:

- технологічна та екологічна безпека: захист здоров'я та безпеки споживачів (у тому числі – шляхом інформування, вчасної перевірки стану мереж, газової побутової техніки та приладів обліку);
- чесний маркетинг, інформування побутових споживачів та оформлення угод на послуги газопостачання;
- стале споживання (тобто споживання, що відповідає Цілям сталого розвитку ООН, серед яких – мінімізація негативного впливу на природне середовище, надання споживачам інформації про екологічні чинники, пов'язані зі споживанням газу, забезпечення безперебійного доступу споживачів до якісних послуг газопостачання та ін.);
- висока якість сервісу, підтримка споживачів та справедливе вирішення суперечок;
- захист особистих даних та забезпечення конфіденційності споживачів;
- безперебійний доступ до послуг першої необхідності (серед іншого – недопущення ситуацій, коли споживачів, що своєчасно сплачують послуги, та соціально-незахищених груп споживачів відключають від газопостачання на тривалий термін);
- справедливе та прозоре ціноутворення (з огляду на монопольне становище на даному ринку);
- підвищення рівня інформованості та освіченості побутових споживачів газу.

Впровадження стандартів КСВ – це послідовний процес, що вимагає прийняття на підприємстві газопостачання відповідної політики та стратегії. Відштовхуючись від рекомендацій щодо етапів формування стратегії КСВ, розроблених Левченко О.П. та Міщенко І.В. [11] можна запропонувати наступний алгоритм формування стратегії КСВ для підприємств газопостачання в області соціальної відповідальності перед побутовими споживачами:

- визначення мети та задач КСВ компанії та їх узгодження із загальнокорпоративною місією та цільовою картиною;

- вивчення досвіду формування стратегій КСВ у інших підприємств газопостачання (в регіоні, в країні, в країнах світу);

- аналіз поточної діяльності компанії з точки зору її соціальної відповідальності перед побутовими споживачами; виявлення сильних та слабких сторін шляхом опитувань та механізмів зворотного зв'язку;

- визначення споживацьких очікувань від сервісу газопостачання (також шляхом опитувань та за допомогою форм зворотного зв'язку у особистому кабінеті);

- оцінка стратегічних розривів між наявними можливостями підприємства газопостачання та очікуваннями споживачів (з визначенням, які очікування можна задовольнити вже зараз, в найближчому майбутньому, в середньостроковій та довгостроковій перспективі);

- моделювання різних варіантів стратегії КСВ підприємства газопостачання;

- визначення цільових показників за окремими компонентами стандарту КВС, а також методик обчислення ефективності виконання стратегічного і поточного плану КСВ в частині відповідальності перед побутовими споживачами газу;

- розрахунок різних сценаріїв реалізації стратегії КСВ за визначеними цільовими критеріями та показниками ефективності;

- оцінка різних варіантів реалізації стратегії КСВ; відбір оптимального варіанту стратегії та двох альтернативних варіантів (оптимістичного та песимістичного);

- визначення відповідальних за реалізацію стратегії КСВ осіб;

- розробка форм поточних планів та звітів з КСВ;

- формування планів з КСВ та відповідних програм заходів;

- впровадження стандартів КСВ в частині відповідальності перед споживачами в роботу підприємства газопостачання;

- реалізація заходів КСВ та моніторинг їх результатів;

- формування звітів з КСВ, їх розгляд і оцінка на вищому рівні корпоративного управління;

- вдосконалення стратегії КСВ з огляду на отримані результати, коригування стратегічних та поточних планів.

Запропонований алгоритм формування та реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності підприємств поставки газу в частині відповідальності перед побутовими споживачами повинен використовуватись в комплексі з заходами щодо впровадження КСВ в широкому розумінні, що за стандартом ISO 26000:2010 передбачає також опрацювання наступних аспектів соціальної відповідальності: СВ (соціальна відповідальність) в організаційному управлінні, СВ щодо дотримання прав людини, СВ по відношенню до найманих працівників, СВ по відношенню до навколишнього середовища, СВ щодо дотримання ділової доброчесності, СВ щодо участі в житті суспільства в цілому та місцевої громади зокрема [10].

Компанія може самостійно визначати, формувати єдину політику і стратегію, плани і звіти з КСВ компанії в цілому, або за окремими напрямками-аспектами. Втім, блок соціальної відповідальності перед побутовими

споживачами в разі, коли використовується комплексний підхід, варто підкреслювати і виокремлювати. Інтеграція практик соціальної відповідальності є запорукою успішної реалізації стратегії КСВ та прийняття її принципів на всіх рівнях управлінської та господарчої діяльності. Втім, не можна допустити, щоб в загальній стратегії КСВ компанії "губились" окремі аспекти цього комплексного і складного поняття, щоб річному звіті підприємства-газопостачальника з корпоративної соціальної відповідальності підкреслювались досягнення за окремими аспектами КСВ і обходились важливі питання відповідальності перед побутовими споживачами. Як влучно зазначив Дж.Ф. Кеннеді на своєму виступі в Конгресі США в 1965 р., "Споживачі – це всі ми", тому захист прав споживачів повинен бути ядром корпоративної політики соціальної відповідальності компанії, не зважаючи на те, монопольним, олігопольним чи конкурентним є ринок, до якого вона належить.

Висновки. Отже, впровадження стандартів КСВ 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, зокрема таких як підприємства постачання газу побутовим споживачам.

В той час, як в конкурентному середовищі вітчизняні компанії ще хоч якось дотримуються КСВ 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 КСВ та алгоритм розробки і впровадження стратегії КСВ 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 КВС підприємств газопостачання та комплексу стандартів КВС для компаній, що працюють у даній сфері.

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman / H. Bowen. N.Y.: Harper & Row, 1953. 298 p.

2. Davis K. The Meaning and scope of social responsibility / K. Davis // Contemporary management. Issues and viewpoints. Englewood Cliffs, 1974. P. 19–25.

3. Друкер П. Менеджмент: задачи, обязанности, практика / П. Друкер. М.: ООО «И.Д. Вильяме», 2008. 992 с.

4. Baden D. A Reconstruction of Carroll's Pyramid of Corporate Social Responsibility for the 21st Century [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0008-2

5. DeFoe D. Arguments for and Against Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://toughnickel.com/business/Arguments-for-and-Against-Corporate-Social-Responsibility

6. Capaldi N. New (Other?) Directions in Corporate Social Responsibility [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0005-5

7. Левченко О.П. Сутність поняття "корпоративна соціальна відповідальність" [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/sutnist-ponyattya-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-ksv

8. Литвиненко Т.М. Соціальна відповідальність бізнесу як умова України в європейський та світовий економічний простір [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-yak-umova-vhodzhennya-ukrayini-v-evropeyskiy-ta-svitoviy-ekonomichniy-prostir

9. Орлова Н.С. Концептуальні засади корпоративної соціальної відповідальності в Україні: Монографія / Н.С. Орлова, А.О. Харламова. Донецьк: Издательство, 2014. 250 с.

10. ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.iso.org/standard/42546.html

11. Левченко О.П., Міщенко І.В. Етапи формування стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) підприємства [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://cyberleninka.ru/article/n/etapi-formuvannya-strategiyi-korporativnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-ksv-pidpriemstva

---

1. Bowen H. Social Responsibilities of the Businessman / H. Bowen. N.Y.: Harper & Row, 1953. 298 p.

2. Davis K. The Meaning and scope of social responsibility / K. Davis // Contemporary management. Issues and viewpoints. Englewood Cliffs, 1974. P. 19-25.

3. Druker P. Menedzhment: zadachi, obyazannosti, praktika / P. Druker. M.: OOO «I.D. Vilyame», 2008. 992 s.

4. Baden D. A Reconstruction of Carroll's Pyramid of Corporate Social Responsibility for the 21st Century. Retrieved from URL: https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0008-2

5. DeFoe D. Arguments for and Against Corporate Social Responsibility. Retrieved from URL: https://toughnickel.com/business/Arguments-for-and-Against-Corporate-Social-Responsibility

6. Capaldi N. New (Other?) Directions in Corporate Social Responsibility. Retrieved from URL: https://jcsr.springeropen.com/articles/10.1186/s40991-016-0005-5

7. Levchenko O.P. Sutnistj ponjattja "korporatyvna socialjna vidpovidaljnistj". Retrieved from URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sutnist-ponyattya-korporativna-sotsialna-vidpovidalnist-ksv

8. Lytvynenko T.M. Socialjna vidpovidaljnistj biznesu jak umova Ukrajiny v jevropejsjkyj ta svitovyj ekonomichnyj prostir. Retrieved from URL: https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialna-vidpovidalnist-biznesu-yak-umova-vhodzhennya-ukrayini-v-evropeyskiy-ta-svitoviy-ekonomichniy-prostir

9. Orlova N.S. Konceptualjni zasady korporatyvnoji socialjnoji vidpovidaljnosti v Ukrajini: Monoghrafija / N.S. Orlova, A.O. Kharlamova. Donecjk: Yzdateljstvo, 2014. 250 s.

10. ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility. Retrieved from URL: https://www.iso.org/standard/42546.html

11. Levchenko O.P., Mishhenko I.V. Etapy formuvannja strateghiji korporatyvnoji socialjnoji vidpovidaljnosti (KSV) pidpryjemstva. Retrieved from URL: https://cyberleninka.ru/article/n/etapi-formuvannya-strategiyi-korporativnoyi-sotsialnoyi-vidpovidalnosti-ksv-pidpriemstva