

УДК 658.012.32

Веб-ресурс підприємства як інструмент ідентифікації соціальної відповідальності

Смачило В.В.

кандидат економічних наук, професор,
Харківський національний університет будівництва та архітектури

Проведено дослідження висвітлення на сайтах будівельних компаній м. Харкова інформації про соціально відповідальні практики у їхній діяльності за напрямками, вказаними у стандарті ISO 26000. Визначено, що лише одне підприємство з одинадцяти на своєму сайті має розділ «Соціальна діяльність», чотири – непряму згадку про соціально відповідальну діяльність, на сайтах всіх інших компаній інформація про соціальну діяльність або відсутня повністю, або подана загальними фразами. Означена ситуація негативно впливає на імідж підприємств, підриває довіру до них; ігнорування соціальної відповідальності зменшує конкурентну перевагу, знижує конкурентоспроможність та, відповідно, негативно впливає на економічну ефективність діяльності підприємств. Тому, на наш погляд, доцільно внести коригування в інформаційне поле сайту з виділенням вкладки, яка би характеризувала соціальну діяльність та соціальну відповідальність підприємств.

Ключові слова: соціальна відповідальність підприємства, будівельне підприємство, веб-ресурс.

Смачило В.В. ВЕБ-РЕСУРС ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ИДЕНТИФИКАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Исследовано степень представления на сайтах строительных компаний г. Харькова информации о социально ответственных практиках в их деятельности по направлениям, указанным в стандарте ISO 26000. Установлено, что только одно предприятие из одиннадцати на своем сайте имеет раздел «Социальная деятельность», четыре – косвенное упоминание о социально ответственной деятельности; на сайтах оставшихся компаний информация о социальной деятельности либо отсутствует полностью, либо представлена общими фразами. Такая ситуация негативно влияет на имидж предприятий, подрывает доверие к ним; игнорирование социальной ответственности уменьшает конкурентное преимущество, снижает конкурентоспособность и, соответственно, негативно влияет на экономическую эффективность деятельности предприятий. Поэтому, на наш взгляд, целесообразно внести корректировки в информационное поле сайта с выделением вкладки, которая бы характеризовала социальную деятельность и социальную ответственность предприятий.

Ключевые слова: социальная ответственность предприятия, строительное предприятие, веб-ресурс.

Smachylo V.V. WEB-RESOURCE OF ENTERPRISE AS A TOOL FOR IDENTIFICATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The study on the coverage on sites of construction companies of Kharkov information on socially responsible practices in its activities in areas specified in ISO 26000. Determined that only one company from eleven on the site has the section "Social Activities", four – indirect mention of socially responsible activities on the sites of other companies information on social activities or missing completely, or presented excerpts. Specified situation negatively affects the image of enterprises, undermines its credibility, ignoring social responsibility reduces competitive advantage and reduces competitiveness and, therefore, adversely affect the economic efficiency of enterprises, so from our point of view, it is appropriate to make adjustments in the information field site with the release tab which would have characterized the social activities and social responsibility of enterprises.

Keywords: social responsibility of the company, building enterprise, web resource.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Євроінтеграційний вектор розвитку соціально-економічної системи України вимагає дослідження європейських практик господарювання та їх адаптаційної імплементації у вітчизняні реалії, виходячи із глобальної соціалізації економічних процесів. Варто відзначити, що бізнес європейських країн незалежно від ступеню втручання держави в ринкові механізми базується на принципах прозорості та відповідальності, які стають тими конкурентними перевагами, що дають

змогу підвищувати не лише безпосередньо економічний ефект підприємства, а й дифузійний соціальний ефект. Відповідно, вітчизняні компанії будь-якої сфери господарювання з метою побудови інноваційної економіки повинні враховувати вказані принципи у своїй господарській практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поширеність соціальної відповідальності у практичній діяльності західних компаній, в міжнародних стандартах діяльності та високий рівень дослідженості цього питання у

теоретико-методичних напрацюваннях викликали безумовний інтерес сучасної української науки, що зумовило велику кількість публікацій у цій сфері останнім часом. Цікавими в цій царині є дослідження Д.О. Баюри [1], колективу авторів, який очолює А.М. Колот [2], праці О.О. Охріменко та Т.В. Іванова [3] і багатьох інших, які не лише вивчають та аналізують закордонні напрацювання, а й пропонують оригінальні вітчизняні рішення у цій сфері, які базуються на специфічних умовах господарювання та історичних практиках. Водночас варто відзначити низьку інформованість українського суспільства загалом та керівників компаній щодо необхідності впровадження у практику ведення бізнесу принципів прозорості та соціальної відповідальності, а також недостатність дослідження цієї проблематики в будівельній сфері.

Формулювання цілей дослідження. Мета статті – дослідити соціальну відповідальність будівельних підприємств м. Харкова на основі аналізу їхніх web-ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Висока дискусійність теоретичних тлумачень категорії «соціальна відповідальність підприємства» та низки схожих понять – «корпоративна соціальна відповідальність», «соціальна відповідальність бізнесу» тощо – зумовлена як особливістю перекладу з іноземної мови, так і зміною сутнісного навантаження. Тому звернемося до міжнародного стандарту ISO 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» (2010 р.), який є основою для бізнес-структур та державного сектору у сфері соціальної відповідальності [4]. У ньому соціальна відповідальність трактується як відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (продукти, послуги, процеси) на суспільство і навколишнє природне середовище, що реалізується через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства; зважає на очікування зацікавлених сторін; не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки та практикується у її відносинах (діяльність організації у межах сфери свого впливу). Вказаний стандарт репрезентує певне коло проблем (напрямів) щодо соціальної відповідальності, таких як організаційне управління (принципи соціальної відповідальності); права людини; трудові практики; довкілля; сумлінні ділові практики; проблеми, пов'язані зі споживачами, участь у житті спільнот та їх розвиток [4; 5; 6].

Щодо будівельних підприємств вказані напрями набувають значної важливості, адже їхня діяльність орієнтована на зміну ландшафту, довкілля заради задоволення потреб споживачів, і це необхідно враховувати під час прийняття управлінських рішень.

З метою аналізу рівня соціальної відповідальності будівельних підприємств м. Харкова необхідно визначитися з оціночною методикою. На думку [5], усі методологічні підходи до оцінки соціальної відповідальності підприємств можна розділити на методики соціальної звітності, індексний та рейтинговий методи, кількісні та якісні методи. Найбільш популярним українським індексом оцінки СВБ є Індекс прозорості та підзвітності. Саме зовнішні індекси є основою для розрахунку рейтингів соціально відповідальних компаній (РА «ГВардія»), рейтингів «зелених» компаній (ІА «ЛІГАБізнесІнформ») [7]. Вказані рейтинги враховують анкети, які надсилаються компаніями, публічні соціальні звіти та оцінки незалежних експертів.



Найдоступнішим джерелом інформації про компанію в епоху інтернету щодо компанії є web-ресурс, де і репрезентується її соціальний звіт або надається інформація про соціально відповідальну діяльність. Проведемо дослідження висвітлення на сайтах будівельних компаній м. Харкова інформації щодо соціально відповідальних практик у їхній діяльності за напрямами, вказаними у стандарті ISO 26000. На основі даних, поданих на сайті забудовників м. Харкова (<http://novobudovy.com>), було сформовано список головних забудовників міста (табл. 1) та здійснено аналітичний огляд їхніх web-ресурсів щодо наявності інформації про соціальну відповідальність.

Як бачимо з табл. 1, лише одне підприємство – ТДВ «Житлобуд-2» – на своєму сайті має розділ «Соціальна діяльність», чотири – непряму згадку про соціально відповідальну діяльність (відмічено +/-), на сайтах усіх інших компаній інформація щодо соціальної діяльності або відсутня повністю, або подана загальними фразами. У примітках табл. 1 наведено ту інформацію, яку можна розглядати як елемент прояву соціальної відповідальності.




Загалом можна сказати, що наповненість web-ресурсу інформацією має некоректний характер. Навіть загальні відомості про будівельне підприємство, його дозвільні документи, організаційно-правову форму, керівництво, результати діяльності тощо подані

Таблиця 1

**Аналіз web-ресурсів будівельних підприємств м. Харкова
щодо соціальної відповідальності (СВ)**

Логотип будівельного підприємства	Назва та юридична адреса підприємства	web-ресурс	Наявність на сайті інформації щодо СВ	Примітки
	«Самсонград» 61000, м. Харків, вул. Полтавський Шлях, 17	samsongrad.kh.ua	–	Посилання на якість, вказано партнерів, відгуки клієнтів
	«Новий дім» 61052, м. Харків, пр. Малопанасів- ський, 4/7	noviydom.kh.ua	–	Орієнтація на потреби споживача, індивідуальний підхід
	ТДВ «Житлобуд-2» 61145, м. Харків, вул. Космічна, 12	zhilstroj-2.ua	+	Вкладення – соціальна діяльність; наявність ліцензій, патентів та сертифікатів; ISO 9001-2001; досягнення та нагороди; технології.
	Корпорація «ТММ» 01001, м. Київ, вул. Володимир- ська, 49 а 61064, м. Харків, вул. Клапцова, 54	tmm.ua	+/-	Історія компанії, менеджмент, філософія, нагороди. Орієнтація на споживачів, інновації, якість, технології, прозора фінансова консолідована звітність. Принципи порядності, професіоналізму, якості
	ТОВ «Альянс- Девелопмент» 61010, м. Харків, вул. Мало- м'ясницька, 2	alliance.kh.ua	–	Партнери, принцип високого професіоналізму, надійність, ефективність
	«Авантаж» м. Харків, вул. Культури, 20-в	avantazh.ua	–	Стратегія та цінності, напрями діяльності, інформація щодо результатів діяльності
	ПрАТ «Куряжський домобудівний комплекс» Харківська обл., смт. Пісочин, вул. Кільцева, 41	kdsk.com.ua	–	Інформація для акціонерів, щодо об'єктів та технологій
	ПАТ «Трест Житлобуд-1» м. Харків, вул. Алчевських, 43	gs1.com.ua	+/-	Історія, інформація емітента, досягнення та нагороди, жіночий футбольний клуб, види діяльності

Закінчення таблиці 1

	«Флас» м. Харків, вул. Полтавський Шлях, 146, ТЦ «Атлас»	flas.com.ua	+/-	Місія – якість та сучасність, енергозбереження, відповідність архітектурі навколишнього середовища, соціальне середовище, досвід, професіоналізм, відповідальність
	ТОВ «С-Інвест» 61166, м. Харків, вул. Бакуліна, 4 А, оф. 72	s-invest.ua	–	Партнери, об'єкти, історія, репутація, послуги
	«Мегаінвестбуд» м. Харків, вул. Сумська, 39	megainvestbud.com.ua	+/-	Технології та виробництво, проекти, потреби споживачів, якість матеріалів, обладнання, дотримання норм будівництва

обмежено. Зокрема, на сайтах компаній «Самсонград», «Новий дім», «Авантаж», «Флас» інформація щодо організаційно-правової форми ведення бізнесу відсутня. Потенційними споживачами неповнота, відсутність або утрудненість доступу до інформації сприймається насторожено та підриває довіру до підприємства, відповідно, такий суб'єкт господарювання сприймається як невідповідальний.

Найчастіше висвітлюється інформація про об'єкти (які вже здано або які будуються), цінові показники; присутні згадки про історію заснування, клієнтів та партнерів компанії. Якщо розглядати з позиції соціальної відповідальності перед стейкхолдерами, то наявність вкладки про клієнтів, які задоволені житлом, орієнтація на споживача й індивідуальний підхід, а також про партнерів, які мають позитивну ділову репутацію, додає надійності та відповідальності і самому підприємству. Під час критичного аналізу інформації, поданої на сайті, відзначаємо часту згадку про якість і надійність технологій і матеріалів, які використовуються під час будівництва, але (окрім web-ресурсів ТДВ «Житлобуд-2» та ПАТ «Трест Житлобуд-1») підтвердження у вигляді патентів або іншої інформації не подано. Крім того, на сайті ПАТ «Трест Житлобуд-1» відображено інформацію про підтримку жіночого футбольного клубу, що може трактуватися як соціальна діяльність. Це можна розцінювати як недолік у комунікативній політиці підприємства, адже про соціальну відповідаль-

ність підприємства майже ніхто не знає, що негативно впливає на його імідж. Підсумовуючи проведений аналіз оприлюднення соціально відповідальних дій на web-ресурсах будівельних підприємств Харківщини, варто відзначити її майже повну відсутність; обмеженість інформації за напрямками згідно з ISO 26000, які характеризують компанію як соціально відповідальну. Означена ситуація негативно впливає на імідж підприємств, підриває довіру до них; ігнорування соціальної відповідальності зменшує конкурентну перевагу, знижує конкурентоспроможність та, відповідно, негативно впливає на економічну ефективність діяльності підприємств. Тому, на наш погляд, доцільно внести коригування в інформаційне поле сайту з виділенням вкладки, яка би характеризувала соціальну діяльність та соціальну відповідальність підприємств.

Проведемо аналіз спрямованості соціальної відповідальності п'яти будівельних підприємств Харківщини згідно з інформацією, оприлюдненою на їхніх web-ресурсах (вибірка представлена підприємствами, які, хоча й не мають вкладення, пов'язаного із соціальною діяльністю, але під час аналізу сайту було виявлено її прояви). Узагальнення репрезентовано в табл. 2.

З аналізу табл. 2 бачимо, що найбільш соціально відповідальним є підприємство ТДВ «Житлобуд-2», яке подає інформацію про соціальну діяльність у відкритому доступі (напрямок – організаційне управління); трудові

Таблиця 2

Аналіз соціальної відповідальності згідно з напрямками ISO 26000

Проблемний напрям	ТДВ «Житлобуд-2»	Корпорація «ТММ»	ПАТ «Трест Житлобуд-1»	«Флас»	«Мегаінвест- буд»
організаційне управління	+	-	-	-	-
права людини	-	-	-	-	-
трудові практики	+/-	+/	+/-	+/	+/-
довкілля	-	-	-	+/-	+/-
сумлінні ділові практики	+	+	+	+	+
проблеми, пов'язані зі споживачами	+	+	+	+	+
участь у житті спільнот та їх розвиток	+	-	+	-	-

практики, на жаль, не висвітлені в повному обсязі, але наведена інформація про формування кадрового резерву, керівництво компанії, рівні професіоналізму тощо; відсутня також інформація щодо працевлаштування людей з обмеженими можливостями на підприємстві, що відображає права людини; аналогічно не репрезентована інформація про вплив діяльності підприємства на довкілля та про екологічні проекти компанії. Позитивно варто охарактеризувати, виходячи з історії, дозвільних документів підприємства та об'єктів нерухомості, такі напрями, як «Сумлінні ділові практики» та «Проблеми, пов'язані зі споживачами». Найбільш докладно відображено взаємодію будівельного підприємства зі спільнотою – надання підтримки різним дитячим та медичним закладам, Харківському Фонду ветеранів будівництва, Харківському соціально-реабілітаційному центру незрячих, Харківському обласному благодійному фонду «Ромашка». Спільно із Фондом «АНТИСНІД» компанія «Житлобуд-2» надає допомогу Обласному спеціалізованому будинку дитини «Зелений гай». Спорт є головним напрямом соціальної діяльності підприємства. Компанія ТДВ «Житлобуд-2»

облаштувала і передала міській владі новий міні-стадіон європейського рівня зі штучним трав'яним покриттям і біговими доріжками у студмістечку. Підприємство підтримує жіночу професійну команду з футболу (з 2007 р.) та чоловічу команду з міні-футболу; надає допомогу Харківській станції віндсерфінгу Lucky Surf та є засновником Кубка LuckySki (з 2015 р.) з гірських лиж.

Висновки з цього дослідження. У результаті аналітичного огляду веб-ресурсів будівельних компаній м. Харкова було встановлено низький рівень оприлюднення інформації щодо соціальної діяльності підприємств, що свідчить про нерозуміння топ-менеджментом важливості соціальної відповідальності як додаткової конкурентної переваги та іміджеутворювального фактору. Тому доцільно рекомендувати керівництву будівельних підприємств враховувати напрями реалізації соціальної відповідальності згідно зі стандартом ISO 26000 у практичній діяльності та навести відповідну інформацію на веб-ресурсі як основному джерелі отримання інформації для потенційних клієнтів у сучасних умовах глобальної комп'ютеризації та поширення інтернету.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Баюра Д. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку (монограф.) / Д. Баюра. // Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – 2009. – С. 288.
2. Соціальна відповідальність : навч. посіб. / [А.М. Колот, О.А. Грішнова, О.О. Герасименко та ін.]; за заг. ред. д.е.н., проф. А.М. Колота. – К. : КНЕУ, 2015. – 519 [1] с.
3. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність. – Навч. посіб. – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – 2015. –180 с.
4. Керівництво з соціальної відповідальності ISO/DIS 26000/ Міжнародна організація стандартизації : Guidance on social responsibility. – [Електроний ресурс]. – Режим доступу: isotc.iso.org

5. Грицина Л.А. Механізм формування корпоративної соціальної відповідальності в управлінні підприємством: дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка і управління підприємствами» / Л.А. Грицина; Хмельниць. нац. ун-т. – Хмельницький, 2009. – 20 с.

6. Ворона О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності / О.В. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127–133.

7. Смачило В.В., Баляба В.О. Оцінка соціальної відповідальності будівельного підприємства [Електронний ресурс] // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2015. – № 6 (22). – С. 162–169. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2015/n6.html>