

УДК: 331.105:658.3

Лазоренко Л.В.,
к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
Державного університету телекомунікацій

МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «КИЇВСТАР»

Лазоренко Л.В. Міжнародні стандарти впровадження принципів соціальної відповідальності у діяльності компанії «Київстар». В статті розглянуто основні міжнародні стандарти, що регламентують соціальну відповідальність підприємств України та світу. Надано характеристику стандартів SA 8000 та ISO 26000. Розкрито принципи соціальної відповідальності, визначні в Глобальному Договорі ООН. Проаналізовано соціальну відповідальність діяльності компанії «Київстар» відповідно до зазначених стандартів.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціальна стратегія, міжнародні стандарти, принципи, компанія «Київстар»

Лазоренко Л.В. Международные стандарты внедрения принципов социальной ответственности в деятельности компании «Киевстар». В статье рассмотрено основные международные стандарты социальной ответственности предприятий Украины и мира. Дана характеристика стандартов SA 8000 и ISO 26000. Раскрыты принципы социальной ответственности Глобального Договора ООН. Проанализирована социальная ответственность деятельности компании «Киевстар».относительно существующих стандартов.

Ключевые слова: социальная ответственность, социальная стратегия, международные стандарты, принципы, компания «Киевстар».

Lazoreno L. International standards of introduction of principles of social responsibility in activity of company "Kyivstar". The basic international standards of social responsibility of enterprises of Ukraine and world are considered in the article. Standarts SA 8000 and ISO 26000 are descripted. Principles of social responsibility of Global Agreement of UNO are exposed. Social responsibility of activity of company "Kyivstar".regarding existent standards is analyzed.

Keywords: social responsibility, social strategy, international standards, principles, company "Kyivstar".

Постановка проблем. У сьогоденних умовах діяльності соціальна відповідальність стає невід'ємною складовою соціальної стратегії, яка забезпечує конкурентоспроможну позицію підприємства на внутрішньому та міжнародному ринку.

Найбільш актуальним є питанням формування соціальної стратегії у сфері послуг, до якої також належать підприємства зв'язку адже запорукою надання якісних послуг є, в тому числі, і їх соціальна спрямованість: доступність цін, асортимент послуг, охоплення кола споживачів, урахування особливостей попиту і ринку в цілому.

Крім того, не останнє місце при формуванні соціальної стратегії займають і трудові відносини, які складаються на підприємстві. До того ж всі ці аспекти регулюються як українським законодавством, так і міжнародними стандартами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями соціальної відповідальності бізнесу на сьогоднішній день займається досить значна кількість як науковців, так і практиків в Україні та за її межами. Серед таких можна зазначити: О. Амосова, Д. Баюру, Р. Колишко, А. Куліша, О. Лазоренко, О. Петроє, Н. Супрун та інших. Поглиблене наукове дослідження з даної тематики пов'язане з поєднанням стратегічного управління підприємством з його соціальною відповідальністю, а саме, вивчення можливостей формування соціально-економічної стратегії розвитку організації, яка б ґрунтувалася на соціальній відповідальності бізнесу, що, в свою чергу, сприяло б підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства. До того ж особливої актуальності набуває це питання при дослідженні діяльності підприємств зв'язку.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз теоретичних питань і розробка практичних рекомендацій щодо врахування основних положень міжнародних стандартів у сфері соціальної відповідальності при формуванні соціальної стратегії діяльності підприємств зв'язку.

Виклад основних результатів. Основними міжнародними

стандартами, які регламентують соціальну відповідальність підприємств є стандарт SA 8000 «Соціальна відповідальність», стандарт ISO-26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» та Глобальний договір ООН.

Стандарт SA 8000 був опублікований у 1997 році, переглянутий – у 2001 році. Мета стандарту – сприяти постійному поліпшенню умов наймання працівників і здійснення трудової діяльності, виконання етичних норм цивілізованого суспільства [6].

Стандарт SA 8000 був створений для того, щоб компанії могли підтвердити використання соціально-відповідальних підходів у своїй діяльності.

У світі вже давно прийнято, що підприємства, на яких приділяється значна увага персоналу, створенню необхідних і комфортних умов для роботи, є надійними партнерами у взаємовідносинах.

Використання етичних підходів до суспільства в цілому і до своїх співробітників, зокрема створення сприятливої атмосфери в колективі, є критерієм високого рівня менеджменту. І навпаки, співробітництво з компаніями, які не виконують ці вимоги, вважається неетичним і пов'язаним з додатковими ризиками [2, с. 28].

Стандарт SA 8000 спрямований на забезпечення привабливості умов праці для співробітників, поліпшення умов їхньої праці і життєвого рівня. Компанії, у яких менеджмент здійснюється відповідно до вимог стандарту SA 8000, мають конкурентну перевагу, яка полягає у високій мотивації персоналу, що у свою чергу дозволяє ефективніше застосовувати сучасні системи менеджменту для досягнення намічених цілей, забезпечуючи при цьому постійну рентабельність [6].

А наявність на підприємстві інших стандартів забезпечуючи основу для інтеграції в рамках загальної системи менеджменту, що веде до скорочення ризиків і підвищення прибутковості компанії.

Стандартом ISO-26000 «Керівництво з соціальної відповідальності», визначаються основні принципи соціальної відповідальності [5]:

- Підзвітність, яка полягає в тому, що організація має звітувати щодо впливу від своєї діяльності на суспільство і довкілля.

- Прозорість, яка означає, що організації слід бути прозорою в її рішеннях і діяльності, які впливають на інших. Організація повинна розкривати в зрозумілій, збалансованій і правдивій формі про політику, рішення та діяльність, за які вона несе відповідальність, включаючи їх фактичний і можливий вплив на суспільство і довкілля. Ця інформація має бути легкодоступною і зрозумілою для всіх заінтересованих сторін. Прозорість не має на увазі розкриття службової інформації, а також інформації, що захищена відповідно до законів або може спричинити порушення правових зобов'язань.

- Етична поведінка – стиль поведінки організації. Організація повинна приймати і застосовувати стандарти етичної поведінки, які якнайповніше відповідають її призначенню і сфері її діяльності. Організація повинна розвивати структуру управління так, щоб вона сприяла поширенню принципів етичної поведінки як усередині організації, так і в процесі взаємодії з іншими.

- Взаємодія з заінтересованими сторонами – цей принцип означає, що організації слід поважати, розглядати інтереси її заінтересованих сторін та всемірно взаємодіяти з ними.

- Правові норми – У контексті соціальної відповідальності повага правових норм означає, що організація дотримується всіх чинних законів і правил, вживає заходів, аби бути обізнаною про застосовані нею закони і правила, інформувати тих осіб в організації, хто відповідальний за дотримання законів і правил, і знати, що такі закони і правила дотримуються.

- Міжнародні норми – цей принцип визначає, що організації слід поважати міжнародні норми, в тих випадках, коли ці норми є важливими для сталого розвитку і добробуту суспільства.

- Права людини – цей принцип означає, що організація повинна визнавати важливість і загальність прав людини, поважати права, зазначені у Всесвітній Декларації з прав людини.

Цей міжнародний стандарт надає інструкції щодо основних принципів соціальної відповідальності, ключових тем та питань, що мають відношення до соціальної відповідальності, а також щодо шляхів впровадження соціально відповідальної поведінки до існуючих стратегій, систем, практик та процесів організації. Він наголошує на важливості результатів та діяльності у сфері соціальної відповідальності та її удосконалення.

Цей міжнародний стандарт розроблявся як такий, що мав би бути корисним для всіх типів організацій у приватному, державному та неприбутковому секторах, для компаній великих і малих, діючих у розвинутих країнах або країнах, що розвиваються. Хоча не всі розділи цього міжнародного стандарту будуть однаково корисними для всіх типів організацій, всі основні аспекти є придатними для кожного типу організацій. Кожна організація самостійно визначає, що є придатним та важливим для неї шляхом власних оцінок.

Використання цього міжнародного стандарту підтримує кожен організацію у прагненні стати більш соціально відповідальною, брати до уваги інтереси її членів, відповідати чинному законодавству та поважати міжнародні норми поведінки.

Визнаючи, що організації знаходяться на різних щаблях розуміння та впровадження соціальної відповідальності, цей міжнародний стандарт запланований для використання тими, хто тільки розпочинає розглядати питання соціальної відповідальності, а також і для тих, хто має досвід її впровадження.

Ще одним із важливих документів у сфері соціальної відповідальності стала Міжнародна ініціатива ООН – Глобальний Договір ООН (Global Compact). Ідею Глобального Договору запропонував Генеральний секретар

ООН Кофі Аннан на Всесвітньому економічному форумі 1999 року. Дію Договору спрямовано на залучення корпорацій до розв'язання глобальних проблем цивілізації [1].

Глобальний договір ООН є добровільною ініціативою, яка об'єднує приватні компанії, агенції ООН, бізнес асоціації, неурядові організації та профспілки у єдиний форум задля сталого розвитку через відповідальне та інноваційне корпоративне лідерство. Десять універсальних принципів Глобального Договору орієнтовані на втілення практик відповідального бізнесу у сферах прав людини, стандартів праці, екологічної відповідальності та боротьби із корупцією.

Глобальний Договір не передбачає якогось «нагляду» чи суворої оцінки діяльності компанії. Він базується виключно на добровільних ініціативах бізнесу щодо підтримки принципів сталого розвитку, прозорості діяльності, публічної звітності, втілення принципів Глобального Договору в ділову стратегію, корпоративну культуру та повсякденну ділову практику.

Виділяють 10 Принципів Глобального Договору [1]:

Принцип 1: Комерційні компанії повинні забезпечувати та поважати захист прав людини, проголошених на міжнародному рівні.

Принцип 2: Комерційні компанії повинні забезпечувати, щоб їхня власна діяльність не сприяла порушенню прав людини.

Принцип 3: Комерційні компанії повинні підтримувати свободу зібрань і дієве визнання права на колективні угоди.

Принцип 4: Комерційні компанії повинні сприяти викоріненню примусової праці.

Принцип 5: Комерційні компанії повинні сприяти ефективному викоріненню дитячої праці.

Принцип 6: Комерційні компанії повинні сприяти викоріненню дискримінації у сфері зайнятості та працевлаштування.

Принцип 7: Комерційні компанії повинні дотримуватися превентивних підходів до екологічних проблем.

Принцип 8: Комерційні компанії повинні ініціювати поширення екологічної відповідальності.

Принцип 9: Комерційні компанії повинні стимулювати розвиток і розповсюдження екологічно чистих технологій.

Принцип 10: Комерційні компанії повинні протидіяти будь-яким формам корупції, включаючи здирицтво.

В Україні Глобальний Договір був започаткований у квітні 2006 року. Зараз кількість учасників Глобального Договору в Україні перевищує 130, які заснували національну мережу з метою поширювати ініціативи соціальної відповідальності в Україні, обміну досвідом, освіти та спільних дій.

Кожна компанія, яка сповідує ідеї корпоративної соціальної відповідальності та вважає її філософією свого бізнесу, розробляє своє бачення сталого розвитку та формулює принципи корпоративної соціальної відповідальності в стратегії розвитку компанії. Залежно від характеру бізнесу та визначених пріоритетів розвитку компанія формулюють свої принципи корпоративної соціальної відповідальності, що базуються на загальноновизнаних поняттях. Можна навести основні принципи корпоративної соціальної відповідальності, якими керуються компанії [2, с. 45]:

1. Виробництво якісної продукції та послуг, які необхідні для суспільства.

2. Безумовне виконання законодавства: податкового, екологічного, праці.

3. Ефективне ведення бізнесу, який орієнтований на створення додаткової економічної вартості та підвищення конкурентоспроможності в інтересах власників та суспільства.

4. Розбудова сумлінних та взаємовигідних відносин зі всіма заінтересованими сторонами.

5. Дотримання міжнародних угод та використання рекомендацій міжнародних стандартів.

6. Використання ресурсозберігаючих технологій, забезпечення екологічної безпеки виробництва.

7. Надання ефективних робочих місць з достойним рівнем оплати праці та соціальних пільг.

8. Забезпечення безпеки праці.

9. Сприяння усесторонньому професійному розвитку та підвищенню кваліфікації працівників.

10. Врахування очікувань суспільства та загальноприйнятих етичних норм в діловій практиці.

11. Внесок в формування громадянського суспільства проведення партнерських програм, соціальних та благодійних проектів.

Однією з перших компаній, яка приєдналась до Глобального Договору ООН та почала використовувати принципи соціальної відповідальності в своїй діяльності була компанія Київстар.

Свою історію в Україні компанія почала ще 1994 року, а вже 9 грудня 1997-го в мережі Київстар пролунав перший дзвінок. Сьогодні Київстар – найбільший оператор телекомунікацій України, який надає послуги зв'язку та передачі даних на основі широкого спектру мобільних і фіксованих технологій, у тому числі 3G. Абонентами компанії є понад 25 млн клієнтів мобільного зв'язку і близько 810 тис. клієнтів фіксованого широкопasmового інтернету.

Київстар входить до складу VimpelCom Ltd., однієї з найбільших у світі інтегрованих телекомунікаційних компаній, з головним офісом у Нідерландах. Холдингова компанія володіє телекомунікаційними активами в країнах СНД, Європи, Азії, Африки, а її акції знаходяться у вільному

обігу на нью-йоркській фондовій біржі NASDAQ. Виконавчий директор VimpelCom Ltd. – Жан-Ів Шарльє.

Київстар – одна з небагатьох компаній у складі VimpelCom Ltd., що надає послуги під власним, суто українським брендом. Київстар досяг значних успіхів завдяки інвестиціям в розвиток мобільної мережі, яка охоплює всі великі та малі міста України, а також понад 28 тис. сільських населених пунктів, усі основні національні й регіональні траси, більшість морських та річкових узбереж. Компанія надає роумінгові послуги в 195 країнах на п'яти континентах.

За 19 років роботи в Україні, Київстар забезпечив понад 46 мільярдів гривень надходжень до держбюджету у вигляді податків та обов'язкових платежів і майже 32 мільярди гривень інвестицій у розвиток телеком-інфраструктури України. Компанія щорічно реалізує суспільно значущі та благодійні програми, а також є одним з найкращих роботодавців України.

Київстар — перша компанія, що впровадила для українських абонентів мобільного зв'язку кращі телеком-послуги європейських ринків. Так, 1998 року компанія першою запропонувала абонентам послугу SMS, а 2000-го — першою почала надавати доступ до мережі Інтернет за технологією WAP. Згодом Київстар першим масово впровадив «паketні» тарифні плани без плати за хвилини та першим скасував помегабайтну тарифікацію інтернету в тарифних планів.

Компанія, першою серед телеком-операторів України, повністю модернізувала комутаційну мережу для підготовки до технологій швидкісної мобільної передачі даних. У мережі Київстар встановлено новітнє обладнання MSC Server Blade Cluster — комутатори нового покоління, що підтримують технології від 2,5G до LTE. У 2015 році розпочато процес заміни обладнання базових станцій на таке, що підтримує новітні стандарти зв'язку 4G та LTE.

Колектив Київстар — це понад 4000 професіоналів по всій Україні. У компанії створена система безперервного навчання та підвищення кваліфікації, заохочення та захисту працівників:

- щорічно більше 50% працівників компанії підвищують кваліфікацію на курсах і тренінгах, організованих компанією.
- 40% користуються гнучким робочим графіком. За необхідності, будь-який працівник може працювати дистанційно – через систему «Віртуальний офіс» [3].

Як національна компанія, що була створена українцями для українців, Київстар приділяє значну увагу соціальній відповідальності бізнесу і реалізує проекти, що спрямовані на розвиток України [4]:

- «Зроби свій внесок» – загальнонаціональна соціально-освітня ініціатива компанії «Київстар» у рамках глобальної програми «Make Your Mark», яка реалізується міжнародною групою VimpelCom. Проект орієнтований на підтримку талановитих школярів, студентів-програмістів, стартаперів і молодих підприємців. Ініціатива передбачає підтримку українських школярів, які показують найкращі результати у точних дисциплінах – природничих науках, технологіях, включаючи інформаційні, інженерії, робототехніці та математиці.
- ВДНГ ТЕСh - це технологічний кластер, що є частиною інноваційно-креативного центру ВДНГ. Головна мета ВДНГ ТЕСh – створення екосистеми, що передусім сприятиме реалізації ідей, зростанню та розвитку секторів української економіки.
- Kyivstar Business Hub. Цей проект має на меті розвиток духу підприємництва та технологічних навичок у молоді. З-поміж іншого, ініціатива «Зроби свій внесок» орієнтована на стимулювання створення та розвитку молодими людьми соціально-значущих програмних продуктів, які побудовані на мобільних технологіях.
- Ініціативи, спрямовані на формування культури користування мобільним зв'язком та безпечне користування інтернетом дітьми.

- Активна участь у волонтерських програмах.
- Системна допомога підшефним закладам для дітей-інвалідів та геріатричним центрам у 12 містах України.

Для Київстар соціальна відповідальність бізнесу – це комплексне поняття, основними складниками якого є відповідальність стосовно свого продукту, держави, співробітників компанії, соціальних потреб суспільства та екологічна відповідальність.

Висновки. Отже, для того, щоб розробити соціальну стратегію діяльності підприємства необхідно чітко усвідомлювати місце компанії на ринку; дотримуватися міжнародних стандартів у сфері соціальної відповідальності та українського трудового законодавства, зробити оцінку зовнішнього середовища та проаналізувати свої можливості щодо забезпечення існуючих потреб, а вже потім підготувати програму дій та варіанти можливих заходів її реалізації.

Адже, реалізація соціальної стратегії націлена на одне з важливих для будь-якої організації завдань – підвищення її привабливості для інвесторів, клієнтів та працівників.

Список літератури:

1. Глобальний договір ООН. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/what>
2. Зеркалова Д.В. Охорона праці в галузі: загальні вимоги. / Д.В. Зеркалова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zerkalov.org/n6ode/3001>
3. Офіційний сайт «Київстар». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kyivstar.ua/uk/about/about/kyivstar_today
4. Соціальний звіт «Київстар». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kyivstar.ua/f/1/press_center/responsibility/KSO_ru.pdf

