

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Т. Р. Антошко,

Національний технічний університет України "КПІ"

У даній статті досліджується сучасні аспекти соціально-економічних методів управління розвитком промислових підприємств шляхом розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

The modern aspects socially-economic methods of management by development of industrial enterprises and by development of corporate social responsibility in Ukraine are explored in this article.

ВСТУП

Участь компанії у соціально-економічному розвитку суспільства є необхідною умовою сталого ведення бізнесу та фактором підвищення соціальної стабільності, рівня життя суспільства. В Україні, на відміну від країн з розвинутим бізнесовим середовищем ці аспекти господарювання не знайшли необхідного втілення.

Для подальшого розвитку вітчизняної економіки необхідні сучасні підходи до управління підприємств, застосування досвіду інших країн щодо впровадження соціально-економічних методів (СЕМ) управління. Серед сучасних інструментів СЕМ набувають актуальності та є перспективними.

Значний здобуток у дослідженні теорії та практики застосування корпоративної соціальної відповідальності внесли вітчизняні вчені Краплич Р., Ющенко К., Волгін Н.А., Єгорова В.К., а також зарубіжні автори Мей Б., Котлер Ф., Лі Ненсі [1]. Здійснюючи критичний аналіз досліджень вітчизняних та зарубіжних авторів з соціально-економічної проблематики, зазначимо, що проблема застосування корпоративної соціальної відповідальності в діяльності вітчизняних підприємств, формування та застосування принципів корпоративної соціальної відповідальності залишається малодослід-

женою та потребує подальшого наукового обґрунтування.

Активна участь компаній у суспільному розвитку є необхідною умовою сталого ведення бізнесу та фактором підвищення соціальної стабільності, рівня життя суспільства. Взаємодія бізнесу та суспільства зростає, оскільки імідж організації залежить від виконання своїх зобов'язань перед персоналом, клієнтами та суспільством.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Метою статті є теоретичне обґрунтування сучасних підходів до впровадження корпоративної соціальної відповідальності підприємств в контексті соціально-економічних методів управління за економічних умов України.

Для досягнення поставленої мети в статті сформульовано і вирішено такі завдання:

— досліджено підходи до визначення корпоративної соціальної відповідальності та теоретичне обґрунтування способів її реалізації;

— досліджено особливості та перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

МЕТОДОЛОГІЯ

Методологічну основу статті склали загальнонаукові і спеціальні методи пізнання, зокрема: логічне

узагальнення — при визначенні поняття корпоративної соціальної відповідальності; методи аналізу і синтезу — при з'ясуванні проблем в сфері корпоративної соціальної відповідальності підприємств України; метод системного аналізу — при дослідженні особливостей застосування корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Перші обговорення поняття корпоративної соціальної відповідальності почалися в кінці ХХ ст., а саме у 1970—1980 роках. Викликано це було тим, що прихована інформація про негативні наслідки діяльності великих промислових компаній та підприємств стала доступною для всіх верств населення. Під негативними наслідками ми розуміємо виробничі та екологічні катастрофи, викликані діяльністю підприємств, забруднені моря та річки, незадовільне здоров'я людей, які працювали на підприємствах, та їх соціальна незахищеність. Така тенденція проглядається майже у всіх розвинутих країнах світу. Всі вищезазначені проблеми стали першопричиною початку обговорення ролі бізнесу в суспільстві, соціальної відповідальності компаній.

Аналіз підходів до визначення поняття корпоративної соціальної відповідальності дає нам змогу констатувати факт, що організації, які працюють в цій сфері, по-різному визначають це поняття.

Корпоративна соціальна відповідальність — це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство [3, с. 11].

За версією Міжнародного форуму бізнес-лідерів, корпоративна соціальна відповідальність розуміється як просування практик відповідального бізнесу, які приносять користь бізнесу та суспільству та сприяють економічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного [7].

За версією Світової ради бізнесу, для сталого розвитку корпоративна соціальна відповідальність — це зобов'язання бізнесу вносити свій вклад в сталий економічний розвиток, трудові відносини з працівниками, їх сім'ї, місцевою спільнотою і суспільством в цілому для поліпшення їх якості життя [8].

За версією Світової Ради Компаній зі сталого розвитку, корпоративна соціальна відповідальність — це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно

покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом [2, с. 60].

За визначенням Організації Економічної Співпраці та Розвитку (ОЕСД), сталий розвиток передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи (policies and practices) [3].

Необхідно звернути увагу на те, що КСВ має багаторівневий характер. Ми виділяємо три рівні:

1. Базовий рівень. Цей рівень припускає виконання наступних зобов'язань: своєчасна оплата податків, виплата заробітної платні, надання нових робочих місць (розширення робочого штату).

2. Середній рівень. КСВ припускає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але і життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Такий тип відповідальності був умовно названий "корпоративною відповідальністю".

3. Вищий рівень відповідальності, на думку фахівців з цього питання, припускає добродійну діяльність корпорацій та підприємств.

Для детального аналізу природи корпоративної соціальної відповідальності необхідно виділити внутрішню і зовнішню складову КСВ. (табл. 1)

В країнах Євросоюзу та США активно обговорюється питання конкурентної переваги соціально відповідальних компаній. Зараз в Україні теж простежується тенденція до підвищення соціальної активності компаній. Така активність відображається в проведенні різноманітних соціальних програм як внутрішньої, так і зовнішньої спрямованості. Провідними особливостями програм соціальної активності є добровільність їх проведення, системний характер і зв'язаність з місією і стратегією розвитку компанії або підприємства. Провівши дослідження, ми можемо виділити такі типи програм: власні програми компанії, програми партнерства з місцевими та регіональними органами державного управління, програми партнерства з некомерційними організаціями, програми співпраці з суспільними організаціями і професійними об'єднаннями; програми інформаційної співпраці із засобами масової інформації [2, с. 15].

Сучасні соціальні програми охоплюють майже всі сфери життя людини, на які може вплинути або вже впливає діяльність компаній або

Таблиця 1. Складові корпоративної соціальної відповідальності [6]

Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність	Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність
<ul style="list-style-type: none"> — безпека праці; — стабільність заробітної платні; — підтримка соціально значущої заробітної платні; — додаткове медичне і соціальне страхування співробітників; — розвиток людських ресурсів через навчальні програми і програми підготовки і підвищення кваліфікації; — надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях. 	<ul style="list-style-type: none"> — спонсорство і корпоративна добродійність; — сприяння охороні навколишнього середовища; — взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою; — готовність брати участь в кризових ситуаціях; — відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів).

промислових підприємств. Ми вважаємо за доцільне звернути увагу на такі програми [6]:

Добросовісна ділова практика — це напрям соціальних програм компанії, який має на меті сприяти ухваленню і розповсюдженню добросовісної ділової практики між постачальниками, бізнес-партнерами і клієнтами компанії.

Природоохоронна діяльність і ресурсозберігання — це напрям соціальних програм компанії, який здійснюється за ініціативою компанії з метою скорочення шкідливої дії на навколишнє середовище (програми по економному споживанню природних ресурсів, повторному використуванню і утилізації відходів, запобіганню забрудненню навколишнього середовища, організації екологічно безпечного виробничого процесу, організації екологічно безпечних транспортних перевезень).

Розвиток місцевого суспільства — це напрям соціальних програм компанії, який здійснюється на добровільній основі і покликаний зробити внесок у розвиток місцевого суспільства (соціальні програми і акції підтримки соціально незахищених верств населення, надання підтримки дитинству і юнацтву, підтримка збереження і розвитку житлово-комунального господарства і об'єктів культурно-історичного значення, спонсорвання місцевих культурних, освітніх і спортивних організацій і заходів, підтримка соціально-значущих досліджень і кампаній, участь в добродійних акціях).

Розвиток персоналу — це напрям соціальних програм компанії, який проводиться в рамках стратегії розвитку персоналу, з метою залучення і утримання талановитих співробітників (навчання і професійний розвиток, застосування мотиваційних схем оплати праці, надання співробітникам соціального пакету, створення умов для відпочинку і дозвілля, підтримка внутрішніх комунікацій в організації, участь співробітників в ухваленні управлінських рішень).

Соціально відповідальна реструктуризація — це напрям соціальних програм компанії, який покликаний забезпечити проведення реструктуризації соціально відповідальним чином, перш за все, на користь персоналу компанії.

Соціально відповідальне інвестування — інвестування, що полягає не тільки у витяганні фінансових доходів, але і в реалізації соціальних цілей, звично, шляхом інвестування в компанію, діючи з дотриманням етичних норм.

Одним з активних інструментом КСВ є соціальні звіти, які включають інформацію про діяльність компаній та підприємств у соціальній сфері та у сфері охорони довкілля. Практика надання соціальних звітів неухильно зростає в Європі впродовж останніх 10 років. Останнім часом з'явилася тенденція до оприлюднення компаніями одночасно традиційних фінансових річних звітів і соціальних звітів, тим самим засвідчується важливість концепції потрійної кінцевої мети. Корпоративний соціальний звіт можна використовувати як публічний інструмент інформування акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені в своїх стратегічних планах розвитку цілі відносно економічної стійкості, соціального благополуччя і екологічної стабільності [4].

В Україні соціальні звіти почали з'являтися, але, на жаль, їх сутність не відповідає міжнародним стандартам, оскільки інформація, яка надається, орієнтована виключно на PR своєї продукції. Разом з тим можна навести приклади позитивного підходу до КСВ: зокрема, компанія "Avon" проводить акцію під назвою "Avon проти раку молочної залози"; компанія "Філіп Морріс Україна" впродовж кількох років виділяє значні кошти на лікування дітей, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, одиночним престарілим пенсіонерам та інвалідам; компанія "Roshen" проводила акцію під девізом "Українці. Від серця до серця!". Добродійність та соціальна

відповідальність компаній тісно пов'язані. Компанії, які займаються добродійною діяльністю, є більш схильними до розроблення стратегії КСВ, що охоплює бізнес-процеси всередині компанії. З часом програми благочинності переростають у програми КСВ.

Проаналізувавши сучасний стан і перспективи розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні, ми можемо зробити висновок, що необхідно детально та критично проаналізувати діяльність підприємств в цьому напрямі, з подальшим створенням національної бази даних ефективно впроваджених та реалізованих програм. Ці дані мають слугувати прикладом для корегування соціально відповідальної діяльності інших компаній або навіть слугувати їм наглядним прикладом в розробленні власних стратегій КСВ [6].

Основними лідерами у впровадженні та застосуванні КСВ в Україні є філіали та спільні підприємства за участі міжнародних компаній. Майже 90% іноземних компаній зацікавлені у впровадженні стандартів КСВ в Україні. Основним мотивом такої діяльності є уникання проблем із законодавством та соціумом, як за кордоном, так і в Україні зокрема.

Серед усіх організацій, пропагуючих соціально відповідальну діяльність у світі, слід відмітити політику Світового Банку. Таке впровадження відбувається за допомогою інтеграції багатьох критеріїв КСВ у вимоги до проектів, які подаються на фінансування.

Другий фактор, який може заставити українські підприємства з повагою відноситись до соціальної відповідальності, — це бажання увійти до світової економіки. Так, наприклад, продажу товарів на європейській та північноамериканській ринки повинні передувати дії по налагодженню виробництва згідно з західними, економічними стандартами. Потреби в розширенні своїх ринків збуту підштовхують компанії та підприємства сировинних галузей (лісопромисловий комплекс, гірнична та нафтогазова галузі) вкладати великі кошти у впровадження нових, екологічно чистих технологій [5].

Третій варіант інтеграції — це пошук західних інвесторів та партнерів. Якщо в попередньому випадку

метою соціально відповідальних програм є отримання сертифікату відповідності, то в цьому випадку компанія або підприємство готує "не фінансовий звіт" за стандартами (AA1000¹ або GRI²). Така не фінансова відповідальність напряму пов'язана з світовою ідеологією інформаційної відкритості [3]. Нефінансовий звіт перестає сприйматися виключно як локальна конкурентна перевага, необхідна в строго певних ситуаціях. Хороший не фінансовий звіт містить інформацію, що дозволяє оцінити кількість та якість нематеріальних активів організації, її потенціал, особливості та рівень менеджменту. Інвестори, партнери, клієнти та власний персонал можуть одержати із звіту інформацію, яка разом з інформацією про результати фінансової діяльності допоможе їм прийняти необхідне рішення щодо компанії.

ВИСНОВОК

Аналіз українського досвіду впровадження з подальшим застосуванням інструментарію та програм КСВ показує, що підприємства отримують важливі переваги в конкурентному середовищі сучасності у довгостроковій перспективі. Соціальні інвестиції позитивно впливають на ділову практику компаній та стимулюють позитивні зміни в суспільстві.

Виконане дослідження дало можливість дійти наступних висновків про сучасні підходи до впровадження корпоративної соціальної відповідальності підприємств України:

— впровадження корпоративної соціальної відповідальності в діяльність вітчизняних підприємств є нагальною необхідністю в сучасних економічних умовах України;

— корпоративна соціальна відповідальність стає конкурентною перевагою підприємств і дозволяє гармонізувати інтереси суспільства та бізнесу;

— серед програм, що формують колективну соціальну відповідальність, можна виділити такі типи програм: власні програми компанії, програми партнерства з місцевими та регіональними органами державного управління, програми партнерства з некомерційними організаціями, програми співпраці з суспільними організаціями і професійними об'єднаннями; програми інформа-

ційної співпраці із засобами масової інформації. Ці соціальні програми охоплюють майже всі сфери життя людини, на які може вплинути або вже впливає діяльність компанії або промислових підприємств;

— дієвими інструментами КСВ є соціальні звіти, які можуть виступати як публічний інструмент інформування акціонерів, співробітників, партнерів, клієнтів, суспільства про соціальне благополуччя і екологічну стабільність.

Пропонується розглядати три варіанти впровадження та застосування КСВ в Україні: шляхом створення філіалів і спільних підприємств, що дозволяє використовувати стандарти соціальної відповідальності, які вже діють в інших країнах інтеграції критеріїв КСВ у вимоги до проектів, які подаються до фінансування іноземними банками; отримання сертифікату відповідності при виході на ринок іноземних інвестицій.

Література:

1. Котлер Ф, Нэнси А. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества: Учеб. пособие Пер. с англ. / Ф. Котлер, А. Нэнси. — К.: Стандарт, 2005. — 302 с.
2. Краплич Р. Корпоративна соціальна відповідальність українського бізнесу: Досвід Фондації Острозьких: Посібник для бізнесу та неприбуткових організацій; Упоряд. Р. Бовгира, С. Пайсаніди, О. Краплич, А. Кісло, С. Гутюк. — Рівне: Фондація ім. князів-благодійників Острозьких, 2005. — 74 с.
3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей. К.: Києво-Могилянська бізнес-студія. — 2005. — № 10. С. 11—20.
4. Денисенко Е. Прагматичная забота // Эксперт Северо-запад. — 2006. — № 24(277) — С. 15—17.
5. Топалева Е. Национальный колорит // "Эксперт Северо-Запад". — 2006. — № 24(277) — С. 22—27.
6. Литвинова Н. Корпоративная социальная ответственность. Путь к эволюции: [Электрон. ресурс]. — Режим доступа: <http://www.expert.ru/printissues/kazakhstan/2004/12/12ka-ktema/>.
7. Assurance Standard Revision Process [Electronic resource]. — Mode of access: http://accountability.open-democracy.net/aa1000/index.php/Main_Page/. — Title from the screen.
8. About GRI [Electronic resource]. — Mode of access: <http://www.global-reporting.org/AboutGRI/>. — Title from the screen.

¹ Стандарт AA1000 — стандарт соціальної звітності, призначений для вимірювання результатів діяльності компаній з етичних позицій і що надає їм процедуру і набір критеріїв, за допомогою яких може бути здійснений соціальний і етичний аудит їх діяльності [7].

² Стандарт GRI — (Global Reporting Initiative) — стандарт звітності в області стійкого розвитку. Є методологією зовнішньої звітності і не визначає дій організації по збільшенню ступеня соціальної звітності [8].