

УДК 005.35:658.871/.878

к. е. н., доцент Колосок А. М.

кафедра економіки та безпеки підприємства

Східноєвропейського національного

університету імені Лесі Українки

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті розглянуто сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності, досліджено її концепцію в системі управління підприємством. Визначено основні підходи до корпоративної соціальної відповідальності, проаналізовано і систематизовано її основні вигоди як для компанії так і соціуму. Показано історичні етапи розвитку соціальної відповідальності і їх особливості, а також сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності у економічній діяльності компаній. Розкрита економічна ефективність впровадження елементів соціальної відповідальності в системі управління підприємством. Наведено класифікацію програм соціальної відповідальності, а також досліджено сутність, принципи та основні компоненти заходів соціальної відповідальності. Показано які вигоди отримують корпорації від впровадження програм соціальної відповідальності.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпоративне управління, соціальні програми, стейкхолдери.

Колосок А.М

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В СИСТЕМЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассмотрены сферы проявления корпоративной социальной ответственности, исследована ее концепция в системе управления предприятием. Определены основные подходы к корпоративной социальной ответственности, проанализировано и систематизировано ее основные выгоды как для компании так и социума. Показаны исторические этапы развития социальной ответственности и их особенности, а также сферы проявления корпоративной социальной ответственности в экономической деятельности компаний. Раскрыта экономическая эффективность внедрения элементов социальной ответственности в систему управления предприятием. Приведена классификация программ социальной ответственности, а также исследована сущность, принципы и основные компоненты мероприятий социальной ответственности. Показаны выгоды, какие получают корпорации от внедрения программ социальной ответственности.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпоративное управление, социальные программы, стейкхолдери.

Kolosok A.M.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN CORPORATE GOVERNANCE

The article deals with the concept of social responsibility in the management of the enterprise. Considered the scope manifestation of corporate social responsibility. The basic approaches to corporate social responsibility. Analyzed and systematized the main benefits of corporate social responsibility for the firm. Showing the historical stages of social responsibility and their features, and display areas of corporate social responsibility in developed companies. Also disclosed the economic efficiency of the elements of social responsibility management system. Shows the classification of SR programs, and recent studies have described the importance of the main components of social responsibility and benefits related to the management of the implementation of social responsibility programs in the enterprise. Developed conclusions about the importance of introducing CSR in the company, shows its main advantages and features.

Keywords: corporate social responsibility, corporate governance, trend, program, stakeholders.

Постанова проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Розвиток економіки України в системі корпоративного управління зумовлює необхідність формування соціальної відповідальності бізнесу. З цього приводу ООН та міжнародне співтовариство вдаються до заходів, які спрямовані на розвиток партнерства між державою та бізнесом,

роботодавцями та працівниками і ґрунтуються на правах людини. Можна стверджувати, що у світовій практиці накопичений певний досвід у сфері корпоративної соціальної відповідальності. Як свідчить аналіз діяльності соціально - відповідальних компаній України, найбільш виражені такі напрями їх соціальної активності: підтримка соціально незахищених верств населення, розвиток соціальної інфраструктури, розвиток освіти, спонсорська допомога молодіжні програми, надання медичних і рекреаційних послуг своїм працівникам тощо. Водночас, як показує діяльність європейських компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності, ефективність зазначених проєктів може бути значно вищою за відповідного законодавчого регулювання та після розробки науково - обґрунтованих регулюючих механізмів та інструментів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. У світовій практиці накопичений певний досвід у досліджуваній сфері. Зокрема, аналіз концепцій соціальної відповідальності, а також спроби їх систематизації наведено в працях Д. Віндзор [4], М. Ван Марревійка [8], А. Керролла [6], Р. Штойера [9] та ін. У вітчизняних наукових працях проблематика формування в Україні соціального партнерства висвітлена в роботах Д. Богині [9], О. Грішної [6], В. Герасимчука [7], В. Довбні [8], А. Колота [2]. Враховуючи актуальність зазначеної тематики, виникає необхідність у поглибленні наукових досліджень у сфері соціальної відповідальності бізнесу.

Об'єкт дослідження – соціальна відповідальність, її принципи та сфери прояву в корпоративному управлінні.

Предмет дослідження – структура, зміст та роль соціальної відповідальності в межах корпорації.

Мета статті полягає в розкритті сутності, принципів та основних компонент корпоративної соціальної відповідальності в системі корпоративного управління.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши та дослідивши етапи зародження та розвитку корпоративної соціальної відповідальності можемо виокремити такі її історичні особливості:

- п'ятдесяті роки минулого століття були визначені як початок сучасної ери соціальної відповідальності;

- шістдесяті - як період змістовного поглиблення дефініцій соціальної відповідальності;

- сімдесяті - як поширення різноманітних дефініцій соціальної відповідальності (СВ);

- вісімдесяті роки стали періодом, який характеризується зменшенням кількості дефініцій, зростанням досліджень і появою альтернативних існуючим. У цьому контексті цікавою, на думку авторів, була концепція соціальної відповідальності, запропонована К. Девісом. Аналізуючи роботу багатьох підприємств, К. Девіс та інші дослідники дійшли висновку, що соціальна відповідальність сприяє розвитку та підвищенню вартості компаній і, навпаки, уникнення соціальної відповідальності звужує економічні можливості підприємств. Це дало змогу підтвердити, що в довгостроковій перспективі ті, хто не використовує наявну владу в напрямі, який суспільство вважає відповідальним, має тенденцію до втрати цієї влади;

- початок дев'яностих років минулого століття характеризувався збереженням концепції соціальної відповідальності як основи з поступовою їх трансформацією в альтернативні варіанти цієї тематики [7].

Згідно з визначенням запропонованим «Зеленою книгою» Європейської комісії, соціальна відповідальність підприємства є концепцією, що дозволяє інтегрувати в повсякденну діяльність комерційних підприємств соціальні та екологічні аспекти, а

також враховувати їх у процесі добровільної взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами, групами впливу). Це визначення поєднує два підходи: з точки зору взаємодії з групами впливу та з позиції економічного, соціального й екологічного зростання [3].

Дослідження системи корпоративної соціальної відповідальності компаній країн із розвинутою економікою показують, що вона охоплює різні сфери. По-перше, корпоративна соціальна відповідальність включає ділову практику щодо власного персоналу, тобто все те, що стосується підвищення рівня якості трудового життя працівників підприємства чи фірми. До цієї сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності можна віднести діяльність компаній за такими напрямками як:

- оплата праці: забезпечення гідної заробітної плати, програми підвищення заробітної плати, відсутність затримки у виплатах заробітної плати;
- допомогу у критичних ситуаціях (у випадку складного захворювання, звільнення, у результаті скорочення штатів і т. д.);
- розвиток персоналу: навчальні програми і програми підготовки та підвищення кваліфікації персоналу; можливості перекваліфікації; сприяння в подальшому працевлаштуванні;
- мотивація персоналу: додаткове медичне страхування; соціальні пільги; нематеріальні програми винагород і т. д.;
- належні умови праці (безпека та охорона праці, інфраструктура місця праці і т. д.);
- гідне ставлення до працівників (повага до особистості, відсутність расової, релігійної, політичної чи гендерної дискримінації при прийманні на роботу).

По-друге, корпоративна соціальна відповідальність передбачає впровадження та поширення ділових стосунків серед бізнес - партнерів, що включає:

- відповідальність перед інвесторами;
- відповідальність перед конкурентами;
- відповідальність перед бізнес-партнерами.

По-третє, є й інший аспект корпоративної відповідальності, що полягає в розбудові позитивних відносин підприємства з громадою. Це включає:

- відповідальне ставлення бізнесу до стосунків із регіональною та місцевою владою;
- підтримка незахищених верств населення: матерів, дітей-сиріт, безробітних, пенсіонерів, інвалідів і т. д.;
- співпраця з неурядовими організаціями та участь у соціально важливих проектах, меценатство, спонсорство;
- збереження та розвиток житлово-комунального господарства, об'єктів культурно-історичного та релігійного призначення;
- відносини з населенням, дотримання місцевих традицій та звичаїв [5].

Програми корпоративної соціальної відповідальності компаній можна умовно класифікувати за типами: 1) власні програми компаній; 2) програми партнерства із місцевими, регіональними та органами державного управління; 3) програми співпраці з громадськими та професійними об'єднаннями; 4) програми інформаційної співпраці із засобами масової інформації [2].

Управління корпоративними соціальними програмами — це безперервний процес, який передбачає певні етапи, зокрема, такі: визначення пріоритетів соціальної політики компанії; створення спеціальної структури управління соціальними програмами; реалізація програм навчання у сфері корпоративної соціальної відповідальності; оцінка та інформування зацікавлених сторін про результати реалізації соціальних програм компанії [1].

На нашу думку, за сучасних умов дуже важливим є усвідомлення, що підприємство існує для того, щоб задовольняти потреби всіх стейкхолдерів. Лише за цих обставин можна розраховувати на довгостроковий прибуток для акціонерів та збалансований розвиток країни і суспільства в цілому.

Економічна ефективність впровадження елементів соціальної відповідальності в системі управління підприємством полягає в рості не тільки показника соціального ефекту (ефективності для суспільства), а й зростанні вигоди для підприємства – вплив на основну діяльність. При цьому, кажучи про економічні вигоди соціальної відповідальності підприємства, треба зазначити, що ці вигоди найбільш яскраво проявляються в таких сферах, як фінанси, маркетинг, управління персоналом. Окрім цього, слід зазначити цінність заходів соціальної відповідальності в такій області як управління ризиками. Вигода характеризується створенням стабільного бізнес середовища, зниженням операційних ризиків, створенням позитивного іміджу, зміцненням довіри, збільшенням капіталізації, зростанням фінансових показників, підвищенням продуктивності праці, розвитком інновацій, що сприяє зростанню ринку та ін [10].

Важливо підкреслити, що в умовах глобалізації сам факт соціально відповідального ведення бізнесу є важливим чинником інвестиційної привабливості підприємства. Попри те, що реалізація програм соціальної відповідальності об'єктивно спричиняє значне зростання витрат підприємства, в довгостроковому періоді вони компенсуються зростанням доходу від збільшення гудвілу компанії та підвищення інвестиційної привабливості, що в кінцевому підсумку створює умови для зростання конкурентоспроможності. Загалом, моніторинг кореляції залежності ефективності діяльності підприємства від впровадження стратегії соціальної відповідальності свідчить, що підприємства, котрі реалізують активну соціальну політику, заощаджують до 40% витрат на просування своїх товарів чи послуг на ринку. Це дозволяє зробити висновок, що реалізація стратегії соціальної відповідальності бізнесу сприяє зростанню рентабельності, а, відтак, і конкурентоспроможності [7].

Важливим економічним ефектом від впровадження соціально - відповідальних стратегій є зменшення ризику невизначеності за допомогою налагодженої системи управління нефінансовими ризиками (політичними, соціальними, кадровими, екологічними, ризиками репутації, державного регулювання тощо). Управління нефінансовими ризиками повинно бути скероване на формування внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства на засадах компетентності, екологізму та етичних цінностей.

Останні дослідження обізнаності суспільства щодо сутності, принципів та основних компонент соціальної відповідальності засвідчили, що найбільш наближене до прийнятого у світовому співтоваристві розуміння соціальної відповідальності — у представників бізнес-організацій і дослідницьких інституцій. Представники органів державної влади, профспілок і громадських організацій здебільшого не розглядають соціальну відповідальність із внутрішнього боку організації, а розуміють її як вплив діяльності своїх організацій виключно на зовнішнє середовище.

Висновки. Узагальнюючи вищевикладене, слід зазначити, що в сучасних економічних умовах КСВ є стандартом розвиненого корпоративного управління. Її основна функція полягає в забезпеченні стійкості організації як відкритої системи за рахунок регулювання конфлікту інтересів в зовнішньому і внутрішньому середовищі та залучення стейкхолдерів корпорації в процес прийняття стратегічних рішень. КСВ сприяє налагодженню взаємодії між бізнес-колами і співтовариством, що є гарантом благополуччя і стабільності як перших, так і другого, а також сприяє гармонізації взаємовідносин в суспільстві в цілому. По-друге, відповідальність бізнесу перед

суспільством є сьогодні необхідним чинником виживання бізнесу і основою його конкурентоспроможності як на локальних, так і на міжнародному ринках. Дотримання принципів КСВ також дозволяє поліпшити соціальну атмосферу в компанії, укріпити її авторитет серед працівників, підвищити рівень їх лояльності до організації побудувати ефективну систему мотивації персоналу.

Введення соціальної відповідальності в процес корпоративного управління дійсно є важливим чинником економічної ефективності та прибутковості підприємства. Вона є засобом покращення бізнес процесів, технологій, ділової та загально суспільної репутації підприємства, підвищення мотивації та продуктивності працівників, поліпшення економічних показників підприємства, підвищення ефективності управління та конкурентної спроможності підприємства, мінімізації ризиків та забезпечення збалансованого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Баюра Д. О. Корпоративна соціальна відповідальність у системі корпоративного управління / Д. О. Баюра // Україна: аспекти праці. – 2009. – №1. – С. 21.
2. Баюра Д. О. Соціальна відповідальність як інструмент удосконалення корпоративного управління в Україні / Д. О. Баюра // Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць. Т. 1. – К. : ВПЦ «Київський університет». – 2012. – С. 204-210.
3. Березіна О. Ю. Теоретичні підходи до визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» / О. Ю. Березіна // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2010. – Вип. 3 (53). – Ч. 1. – С. 223–225.
4. Буян О. А. Підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності підприємств України / О. А. Буян // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». – 2012. - № 6(2). – С. 159-169.
5. Денис О. Б. Сфери прояву корпоративної соціальної відповідальності бізнесу: зарубіжний досвід і вітчизняна практика / О. Б. Денис // Теоретичні засади та макроекономічні аспекти фінансово - економічних систем. – 2010. – № 8. – С. 36–38.
6. Єрмошенко А. М. Корпоративне управління як стратегічний чинник розвитку інтеграції страхових компаній з банками / А. М. Єрмошенко // Актуальні Проблеми Економіки. - 2012. - N 1. - С. 200-208.
7. Македон В. В. Дослідження процесів забезпечення соціальної відповідальності у провідних моделях корпоративного управління / В. В. Македон // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства: Економічні науки. Вип. 126. — Харків : ХНТУСГ. – 2012. — С. 198-206.
8. Римар І. А. Соціальна відповідальність в системі корпоративного управління / І. А. Римар // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 1, № 2. – С. 65-67.
9. Шмиголь Н. М. Впровадження елементів корпоративної соціальної відповідальності в систему управління фірмою: стратегії, дохід, ефективність / Н. М. Шмиголь // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 1 (4). – С. 212–214.
10. Юзик Л. О. Підходи щодо оцінки впливу КСВ на показники діяльності підприємства / Л. О. Юзик // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган - Барановського : [науковий журнал]. Серія : Економічні науки. – 2010. – Вип. 3. – С. 158 – 165.