

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 005.35

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СУТНІСТЬ ТА ПРОБЛЕМИ ПОШИРЕННЯ В УКРАЇНІ

Станкевич Ю.Ю.

Херсонський державний університет

У статті визначено, що сучасні корпорації разом з державою виконують ряд важливих соціально-економічних функцій. Досліджено основні підходи до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності. Розкрито її сучасні характеристики та структуру. Здійснено аналіз основних проблем, що перешкоджають поширенню корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняному просторі. Окреслено переваги від впровадження соціальної відповідальності для бізнесу та суспільства.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, корпорація, бізнес, суспільство, добровільність.

Постановка проблеми. В умовах постіндустріального господарського розвитку корпоративні об'єднання, досягаючи своїх стратегічних цілей та напрямів діяльності, починають вирішувати ті функції, які раніше вважалися виключно державними. В умовах соціально-орієнтованої економічної системи великі підприємства не тільки поповнюють державний бюджет та забезпечують робочими місцями мільйони людей, але прагнуть до ефективного вирішення екологічних, економічних, соціальних та інших проблем, що прийнято відносити до складових корпоративної соціальної відповідальності. Остання має абсолютно вимірювані економіко-соціальні наслідки для компанії, що забезпечує собі стійку довготривалу конкурентну перевагу, та суспільства, яке має працевлаштоване населення, працюючу інфраструктуру, стабільні надходження до державного бюджету тощо. Отже, корпоративна соціальна відповідальність має ряд позитивних здобутків, які, у першу чергу, спрямовані на покращення якості життя та добробуту не тільки працівників компанії, але й населення країни в цілому. Тому окреслення можливостей щодо втілення в життя великим бізнесом стратегії корпоративної соціальної відповідальності є актуальним питанням для сьогодення, що потребує додаткових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема соціальної відповідальності не є новою для економічної науки, оскільки ще у давні часи у центрі уваги науковців були питання щодо визначення меж «сурової» раціональності та благодійності, вигоди та етичності тощо. Окремі аспекти корпоративної соціальної відповідальності широко досліджуються закордонними вченими, серед яких Говард Боуен, Томас Бредгард, Кіт Девіс, Пітер Друкер, Джон Елкінгтон, Арчі Керролл, Філіп Котлер. Крім того, сутність та значення корпоративної соціальної відповідальності знайшли відображення у працях українських дослідників, а саме: І. Акімова, Ю. Благова, А. Горошилова, Ф. Євдокимова, Г. Назарова, Ю. Саєнка та інших. Проте, корпоративна соціальна відповідальність виступає складною та багатфункціональною проблемою, тому потребує сучасного

глибокого та комплексного аналізу, а також активізації наукових досліджень в цьому напрямі.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність на вітчизняному просторі має значні історичні коріння, оскільки окремі її прояви, а саме благодійництво та меценатство, можна було спостерігати ще у другій половині XIX ст. (яскравий приклад – підприємницька діяльність Ханенків, Терещенків та інших). Проте, як раніше, так і в сучасних умовах поширення соціальної відповідальності має ряд проблем. Ми вважаємо, що окреслення перешкод впровадження корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняному просторі дозволить знайти дієві шляхи їх усунення.

Мета статті. Головною метою статті є окреслення позитивних здобутків від впровадження корпоративної соціальної відповідальності для підприємства та суспільства, а також з'ясування основних проблем її поширення в Україні.

Виклад основного матеріалу. Корпоративна соціальна відповідальність виступає особливим напрямом соціально орієнтованої діяльності, яка активізувалася у період становлення постіндустріального суспільства (50-ті роки XX ст. – наш час). Проте, у наукових джерелах визначається, що соціальна відповідальність з'являється в період становлення суспільства, а її формування пов'язано з розвитком людини як соціальної істоти. Системне вивчення даного феномену було започатковано у 50-х роках XX століття, коли виокремили принципи, складові та методи корпоративної соціальної відповідальності. Незважаючи на довготривалий процес дослідження даної категорії та цілий ряд підходів до розуміння сутності корпоративної соціальної відповідальності, сам термін уперше було сформульовано лише у 1999 році Генеральним секретарем ООН Кофі Аннаном.

Відомий американський економіст М. Фрідмен вважав, що справа бізнесу – тільки бізнес, «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків, при умові дотримання правил гри, займатися від-

критою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства» [4, с. 122]. Проте, таке розуміння значно обмежує сучасні прояви корпоративної соціальної відповідальності, оскільки передбачає виділення лише її економічної складової, що полягає у зростанні і максимізації прибутку. Більш повне визначення корпоративної соціальної відповідальності запропонував засновник сучасного маркетингу Ф. Котлер: «Корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір на користь зобов'язання підвищувати добробут громади через відповідні підходи до ведення бізнесу, а також надання корпоративних ресурсів» [1, с. 23]. Тобто, корпоративна соціальна відповідальність передбачає досягнення підприємством комерційного успіху методами, які висувають на перший план морально-етичні принципи співтовариства й захист навколишнього середовища. Дійсно, сучасна корпоративна відповідальність спрямована не тільки на досягнення економічних цілей діяльності компанії, вона також відповідає за побудову вигідних взаємовідносин між державою та капіталом, створення позитивного іміджу всередині країни та за її межами.

В Україні також по-різному тлумачать поняття «корпоративної соціальної відповідальності», проте, здебільшого, використовують два підходи. Вузьке розуміння представляє перелік проєктів, що впроваджуються сьогодні українськими компаніями, які, в першу чергу, передбачають програми розвитку людського капіталу, що здійснюються на благодійній основі. Ми вважаємо, що таке визначення значно обмежує позитивні прояви соціальної відповідальності й не відповідає міжнародним стандартам. На противагу цьому трактуванню існує комплексний підхід, за яким корпоративна соціальна відповідальність розглядається у формі звітів по корпоративній соціальній відповідальності чи стійкому розвитку у відповідності із міжнародними стандартами. На жаль, останній варіант майже не отримав розвитку в межах вітчизняного бізнес-середовища.

На офіційному сайті Конфедерації роботодавців України розміщене таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність – це добровільна ініціатива власників компанії або засновників організації з розробки і реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, які мають на меті якісне удосконалення зовнішнього для компанії або організації середовища [2]. Основний акцент в такому розумінні робиться на таких аспектах: добровільність соціально відповідальної діяльності компанії; зовнішня спрямованість діяльності. Ширший зміст закладено у визначення, що запропоновано Форумом соціально відповідального бізнесу України, відповідно до якого соціальна відповідальність бізнесу розглядається як: 1) відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; 2) активна соціальна позиція компанії, що полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [3].

У своєму дослідженні під корпоративною соціальною відповідальністю ми будемо розуміти стратегію розвитку компанії, що передбачає впровадження в свою діяльність економічних, соціальних, екологічних очікувань суспільства.

Такі напрями діяльності мають бути націлені на довгострокову перспективу, оскільки досліджуване поняття не є застиглим явищем, а передбачає постійний розвиток, що спричиняється сучасними глобалізаційними та інтеграційними процесами, які змінюють зміст та основні прояви корпоративної соціальної відповідальності.

Цікавим є той факт, що кожна компанія також вкладає різне розуміння в поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Такі обставини обумовлюються умовами оточення та обраним видом діяльності. Тому корпоративну соціальну відповідальність завжди потрібно прив'язувати до специфіки конкретної компанії, конкретного суспільства та конкретного часового проміжку. Соціально відповідальною можна назвати будь-яку організацію (незалежно від її типу та сфери діяльності), яка завдяки своїй активності дбає про довкілля і добробут суспільства. Крім того, не можна корпоративну соціальну відповідальність визначати як додаткове навантаження на бізнес, що потребує значних капіталовкладень. Навпаки, в сучасному світі вона виступає важливим шляхом до підвищення конкурентоспроможності, а також дозволяє ефективно управляти нефінансовими активами, до яких, у першу чергу, слід віднести людський капітал та репутацію.

Особливістю корпоративної соціальної відповідальності є те, що вона не регулюється на законодавчому рівні, тому її не можна розглядати як очікувану, передбачувану діяльність. Одним з її принципів є вільний, а не примусовий характер. Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільне прийняття зобов'язання і виконання соціальних програм та здійснення пожертв, які компанія бере на себе. Іншими словами, бізнес розуміє свою відповідальність перед суспільством в цілому та внутрішнім середовищем компанії зокрема, тому витрачає частину своїх доходів на соціальні та суспільні потреби. Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність виступає свідомо обраною політикою компанії, яка спрямована не тільки на максимізацію прибутку, але й і на створення позитивного добровільного внеску у розвиток суспільства.

В сучасних умовах корпоративна соціальна відповідальність компанії носить багаторівневий характер [5, р. 112]. Такі обставини обумовлені складністю та мінливістю сучасного ринкового середовища. Базовий рівень передбачає виконання наступних зобов'язань: своєчасна виплата заробітної плати та сплата податків, також, по можливості, створення нових робочих місць. Другий (корпоративний) рівень соціальної відповідальності являє собою діяльність щодо забезпечення працівників гідними умовами праці й життя, до яких слід віднести: підвищення кваліфікаційного рівня працівників, профілактичне лікування, будівництво житла та розвиток соціальної сфери. Третій рівень є вищим та передбачає вирішення проблем, що не відносяться до прямих виробничих інтересів компанії: благодійна діяльність, соціальні програми підтримки територіальних громад.

Досліджуючи корпоративну соціальну відповідальність, доцільно аналізувати її внутрішні та зовнішні виміри. До першої групи вчені відносять політику компанії щодо власного персоналу, тоб-

то все, що стосується, в першу чергу, розвитку людських ресурсів. Внутрішня соціальна відповідальність включає наступні види діяльності:

- створення безпечних умов праці, які виключають можливість дії на працівників різних небезпечних і шкідливих виробничих факторів;
- виплата стабільної офіційної заробітної плати, розмір якої забезпечує необхідний рівень споживання й дозволяє розвиватися як самому працівнику, так і членам його родини;
- участь робітників у прийнятті управлінських рішень;
- медичне та соціальне страхування працівників;
- організація дозвілля та відпочинку персоналу;
- проведення ярмарок вакансій та запровадження програм кар'єрного зростання;
- розвиток людських ресурсів за допомогою програм розвитку, додаткової освіти, перекваліфікації або підвищення кваліфікаційного рівня.

Зовнішня корпоративна соціальна відповідальність головний акцент робить на таких напрямках діяльності: участь в екологічних програмах різного рівня щодо охорони природи та ресурсозбереження; взаємодія з місцевою територіальною громадою; меценатство та благодійництво; шефство над спеціалізованими закладами; працевлаштування людей з обмеженими фізичними можливостями; фінансування науково-дослідних програм; випуск якісної продукції та повне інформування й відповідальність перед споживачами за власний товар та послугу.

Таким чином, внутрішня корпоративна соціальна відповідальність повинна розглядатися як постійне завдання та обов'язок бізнесу щодо дотримання етики та сприяння економічному розвитку, які спрямовано на покращення стандартів життя працівників та їхніх родин. Зовнішня складова соціальної відповідальності, як правило, не регулюється чинним законодавством, а відбувається на основі вже існуючих в країні традицій та звичаїв. Також окремо потрібно виділити сплату податків та внесків на соціальне страхування, оскільки компанія є соціально відповідальною, якщо повністю виконує свої зобов'язання перед державними органами та є законослухняною.

До найбільших проблем корпоративної соціальної відповідальності, що характерні для сьогодення можна віднести нестабільність суспільства, недосконалість фінансової системи, вітчизняну корупцію, численні бюрократичні перешкоди, які спрямовані на ускладнення комерційних операцій і процедури створення бізнесу. Також негативно на корпоративній соціальній відповідальності позначаються відсутність належної інституційної підтримки, недосконалість трудового законодавства, неефективна система соціального захисту населення та зменшення іноземних інвестицій. В сучасних умовах зарубіжних інвесторів лякає наявна політико-економічна криза, що ускладняється невирішеним воєнним конфліктом на сході країни, а також значна корумпованість українського суспільства. Через бюрократичні бар'єри іноземним інвесторам недоступна значна кількість секторів економіки, а укладені з ними угоди не завжди захищені правовою системою, якій

не вистачає незалежності і прозорості. Зазначене свідчить про те, що Україна лишається позаду інших, насамперед європейських країн у сфері створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва та боротьби з корупцією.

Багато вітчизняних компаній не бажають відкрито заявляти про те, що вони є соціально відповідальними. Така ситуація обумовлена негативним ставленням громадян до бізнесу в українському суспільстві та існуючою думкою, що здійснення будь-яких соціальних заходів може бути розцінене громадськістю як ознака того, що підприємство приховує свій прибуток. В результаті аналізу багатьох вітчизняних досліджень можна окреслити декілька причин, що перешкоджають впровадженню корпоративної соціальної відповідальності на вітчизняних підприємств, а саме: 1) значні фінансові та часові витрати на соціальні програми, які, з одного боку, компанії не можуть собі дозволити, а, з другого, не завжди приведуть до збільшення прибутків; 2) недостатня обізнаність та інформованість про переваги соціальної відповідальності; 3) розуміння того, що соціальна відповідальність має виступати функцією держави, а не приватного бізнесу; 4) відсутність стимулів (заохочення, підтримки) з боку держави для впровадження та поширення соціальної відповідальності сучасними компаніями; 5) ототожнення корпоративної соціальної відповідальності з маркетинговою активністю й визначення першої як «несправжньої» діяльності; 6) негативний досвід та небажання ризикувати знову.

Для розвитку корпоративної соціальної відповідальності доцільно створити окремих інститут, основним завданням якого буде стимулювання, контролювання й регламентація корпоративної соціальної відповідальності, а також розробити єдину нормативно-правову базу, що буде спрямована на регулювання та сприяння поширенню корпоративної соціальної відповідальності.

Незважаючи на ряд проблем побудови системи корпоративної соціальної відповідальності, навпаки її застосування може надавати компаніям конкретні позитивні здобутки: покращення управління, пільгове оподаткування, оптимізація операційних процесів та мінімізація витрат, зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади, збільшення обсягів продажу та частки ринку, покращення репутації, лояльність інвесторів, ознайомлення з ефективними прикладами корпоративної соціальної відповідальності в світі тощо. Крім того, розробка та впровадження розумної та ефективної політики корпоративної соціальної відповідальності – це крок до визнання вітчизняних компаній на світовій арені.

Висновки і пропозиції. Отже, корпоративна соціальна відповідальність формує нові підходи до управління, а її застосування стає життєво необхідним для сучасних вітчизняних компаній, оскільки дає можливість гідно вирішувати економічні, соціальні, правові та морально-етичні проблеми розвитку самого підприємства та суспільства в цілому. Тому, враховуючи сучасні реалії господарського розвитку наша держава має сприяти впровадженню корпоративної соціальної відповідальності за рахунок: поширення знань та позитивної інформації щодо соціально відповідальних компаній; підвищення рівня відкритос-

ті й прозорості бізнесу. Становлення вітчизняної ефективною системи корпоративної соціальної відповідальності виступає не тільки потужним кроком на шляху визнання українських компаній на світовому ринку, але є необхідним на

шляху зміни усталених стереотипів, покращення іміджу корпорації. Крім того, корпоративна соціальна відповідальність дає можливість поєднати ринкову політику з соціальною орієнтацією бізнес-структур.

Список літератури:

1. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Котлер Ф., Ненсі Лі; [пер. з англ. С. Яринич]. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.
2. Офіційний сайт Конфедерації роботодавців України. – [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.confedu.org/uacompetitiveness/csr.html>
3. Соціальна відповідальність бізнесу: принципи системної дії / Форум соціально відповідального бізнесу України; Агенція з міжнародного розвитку UCID; Київстар. – К.: Форум соціально відповідального бізнесу України, 2006. – 22 с. – [Електронний ресурс] Режим доступу: www.slideshare.net/innovationgirl/social-responbusiness
4. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit / M. Friedman // New York Times Magazine. – 1970. – September, 13. – P. 122–126.
5. Simon Zadek Responsible Competitiveness. Corporate Responsibility Clusters in Action / Simon Zadek, John Sabapathy, Helle Dossing, Tracey Swift – January 2003. – 120 p.

Станкевич Ю.Ю.

Херсонский государственный университет

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СУЩНОСТЬ И ПРОБЛЕМЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ В УКРАИНЕ

Аннотация

В статье определено, что современные корпорации вместе с государством выполняют ряд важных социально-экономических функций. Исследованы основные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности. Раскрыты ее современные характеристики и структуру. Осуществлен анализ основных проблем, препятствующих распространению корпоративной социальной ответственности на отечественном пространстве. Определены преимущества от внедрения социальной ответственности для бизнеса и общества.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, корпорация, бизнес, общество, добровольность.

Stankevich Y.Y.

Kherson State University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ESSENCE AND DISTRIBUTION PROBLEMS IN UKRAINE

Summary

In the article it is determined that the modern corporation, along with the state performs a number of important socio-economic functions. The basic approaches to understanding the essence of corporate social responsibility are research. It opened its modern characteristics and structure. The analyses of the main obstacles to the spread of corporate social responsibility in the domestic space are realized. The advantages of the introduction of social responsibility of business and society are defined.

Keywords: corporate social responsibility, corporation, business, community, voluntary.