
СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ В ПРАКТИЦІ УПРАВЛІННЯ

УДК 005.35

С. Я. КОРОЛЬ,
доцент, доктор економічних наук,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Київського національного торговельно-економічного університету,
вул. Кіото, 19, 02156, Київ, Україна

СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО: ПОНЯТТЯ, ІДЕНТИФІКАЦІЯ, РІВНІ

Проаналізовано основні змістові аспекти соціальної відповідальності підприємства. Досліджено практику заяв про соціальну відповідальність вітчизняних і зарубіжних підприємств. Обґрунтовано критерії визнання підприємства соціально відповідальним. Сформульовано поняття "соціально відповідальне підприємство". Визначено підходи до ранжування соціально відповідальних підприємств.

Ключові слова: соціально відповідальне підприємство; принципи соціальної відповідальності бізнесу; визнання підприємства соціально відповідальним; рівні соціальної відповідальності підприємств; нефінансовий звіт.

Бібл. 9; рис. 6; табл. 2.

UDC 005.35

SVITLANA KOROL,
Associate Professor, Doctor of Econ. Sci.,
Associate Professor of the Department of Accounting and Taxation
Kyiv National University of Trade and Economics,
19, Kioto St., Kyiv, 02156, Ukraine

SOCIALLY RESPONSIBLE ENTERPRISE: CONCEPT, IDENTIFICATION, LEVELS

Main substantive aspects of enterprise's social responsibility are analyzed. Practice of claims for social responsibility of domestic and foreign enterprises is studied. Criteria for recognizing the enterprise as socially responsible one are substantiated. A concept of "socially responsible enterprise" is formulated. Approaches to the ranking of socially responsible enterprises are determined.

Keywords: socially responsible enterprise; principles of social responsibility of business; recognition of the enterprise as a socially responsible one; levels of social responsibility of enterprises; non-financial report.

References 9; Figures 6; Tables 2.

Вихід українських компаній на світові ринки зумовлює необхідність дотримання міжнародних стандартів бізнесу, підвищення уваги до економічних, екологічних і соціальних наслідків економічної діяльності підприємств, зміни стратегії управління ними згідно з принципами соціальної відповідальності

© Король Світлана Яківна (Korol Svitlana), 2018; e-mail: sykorol@ukr.net.

бізнесу (СВБ). Світовий досвід говорить, що статус “соціально відповідальне підприємство” є дійовим чинником підвищення конкурентоспроможності й інвестиційної привабливості, зростання вартості бізнесу. Особливого значення при цьому набуває ідентифікація соціально відповідальних підприємств як основа обрання ефективної моделі їх управління та оцінювання результатів господарської діяльності, вдосконалення методології обліку, аналізу та аудиту.

У науковій літературі поняття “соціально відповідальне підприємство” залишається недостатньо вивченим. Науковці зосереджують увагу на дослідженні концепції та підходів до СВБ. Вони розглядають соціальну відповідальність як характеристику підприємства або його діяльності (Є. Артёмов, В. Воробей, І. Журовська, І. Зікунова, П. Єщенко, Ю. Палкін, Ф. Прокопов, Є. Феоктістова, М. Фрідман, А. Шохін); модель поведінки (Д. Вуд); інструмент маркетингу та управління (Ю. Благов, Т. Єфіменко, В. Орлова, Т. Петухова); досліджують окремі напрями реалізації соціальної відповідальності та вивчають критерії успішності запровадження механізму чи принципів СВБ (Л. Грицина, Ю. Тюленева, Т. Антошко); розглядають її у контексті понесених витрат (О. Бабіна, Ю. Байрактар, Т. Стрибулевич, Л. Швець) або його зобов’язань перед заінтересованими сторонами (С. Крейг, М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Н. Аграмакова).

Визначення поняття “соціально відповідальне підприємство” знаходимо лише у В. Карагода, а саме: “Компанія, яка діє за принципами соціальної відповідальності та здійснює комплекс соціальних програм у пріоритетних для неї напрямках” [1, с. 21]. Проте акцентування уваги на “комплексі соціальних програм” не враховує варіативність підходів до реалізації принципів СВБ і не відповідає вимогам міжнародних нормативних документів.

Віддаючи належне дослідникам за їхній внесок у розвиток концепції соціальної відповідальності підприємств, зауважимо, що, незважаючи на високий рівень наявних теоретичних розробок, існує науково-практична проблема визначення поняття та ідентифікації соціально відповідальних підприємств.

З огляду на це, **мета статті** – уточнити поняття “соціально відповідальне підприємство” та науково обґрунтувати підходи до його ідентифікації шляхом дослідження зарубіжного досвіду, врахування особливостей вітчизняної практики соціальної відповідальності підприємств і вимог міжнародних нормативних документів.

Для цього було застосовано методи теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, аналізу та синтезу, індукції та дедукції, що дало змогу визначити сутність досліджуваного поняття, виявити особливості ідентифікації соціально відповідальних підприємств в Україні, встановити підходи до визнання підприємств соціально відповідальними.

Економічний інтерес будь-якого суб’єкта господарювання реалізується у процесі суспільного виробництва та розподілу економічних благ. Такі економічні блага є предметом або результатом його господарської діяльності й характеризуються економічним, екологічним і соціальним впливом на заінтересовані сторони.

Формування парадигми СВБ стало наслідком розвитку соціально-економічних відносин і суспільного виробництва та зумовлене існуючою системою

прав власності й домінуючою концепцією вартості [2]. За результатами проведеного аналізу зарубіжної та вітчизняної наукової думки, міжнародних нормативних документів встановлено, що суспільні вимоги до бізнесу щодо забезпечення стратегії виживання легалізовано лише частково, а їх адитивна складова може бути конкретизована через вимоги певних заінтересованих сторін. Відгук бізнесу на них реалізується через соціальну відповідальність підприємств і відображається в зобов'язаннях останніх щодо їх виконання з використанням власних і залучених економічних благ (рис. 1). Об'єктивно-прагматичний підхід до соціальної відповідальності підприємств вимагає переходу від філософсько-етичної концепції управління до діяльно-орієнтованої.

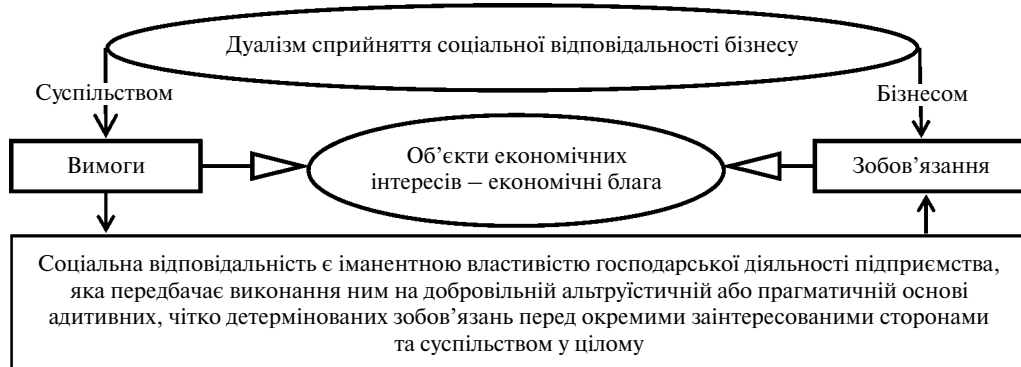


Рис. 1. Характеристика соціальної відповідальності підприємств

Розроблено автором.

Наукові дослідження у даній сфері мають прямий зв'язок з актуальними практичними завданнями і визначальною роллю бізнесу в розв'язанні нагальних економічних, екологічних і соціальних проблем. Зокрема, Є. Артьомов [3], І. Жиглей [4], В. Іванов [5], М. Павлюк [6], К. Харитонова [7] та інші дослідники наводять практичні приклади і визначають особливості діяльності підприємств, які за окремими критеріями можна віднести до соціально відповідальних. При цьому соціальну відповідальність вони розуміють переважно як окремий вид діяльності підприємства. Так, І. Жиглей характеризує її як “самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється задля задоволення інтересів усіх груп заінтересованих осіб на взаємовигідних умовах з метою досягнення економічних і соціальних результатів” [4, с. 7]. В. Іванов і К. Харитонова вказують на добросовісну взаємодію з партнерами; забезпечення якості продукції; відповідальне споживання природних ресурсів; управління трудовими ресурсами; оподаткування тощо [5; 7]. Є. Артьомов [3] досліджує добровільний внесок підприємств у розвиток соціальної, економічної та екологічної сфер життя суспільства (регіону), що не пов'язане з основною сферою діяльності підприємства, виходить за межі законодавчо встановлених норм і вимог, характеризує його здатність і готовність брати участь у досягненні якісно нового рівня виробництва та забезпечувати соціальні блага для задоволення потреб регіонального співтовариства.

Пропоновані авторами дефініції характеризують окремі практики соціальної відповідальності, які підприємства реалізують як на альтруїстичній, так і

на прагматичній основі. Такий підхід у цілому не суперечить концепції соціальної відповідальності підприємства. Однак міжнародні стандарти СВБ указують на необхідність дотримання пріоритету, наскрізної інтеграції у повсякденну практику та врахування принципів соціальної відповідальності при формуванні ланцюжків постачання *. Отже, повне, системне, на постійній основі впровадження принципів СВБ вимагає їх дотримання в усіх аспектах господарської діяльності підприємства, врахування при прийнятті всіх рішень, організації всіх бізнес-процесів та у взаємовідносинах з усіма заінтересованими сторонами. При цьому альтруїзм якщо і допускається, то у відносинах з окремими заінтересованими сторонами (наприклад, місцевою громадою) і лише в окремих випадках [2].

Науковці, посилаючись на певні напрями діяльності підприємств, пропонують визнавати ряд їх критеріїв як соціально відповідальні, наприклад:

- добросовісна сплата податків і виконання вимог чинного законодавства;
- реалізація товарів і послуг сучасних якості й асортименту;
- заохочення працівників і підвищення рівня їх кваліфікації;
- забезпечення охорони праці та здоров'я співробітників тощо [8, с. 85].

Проте, як показало проведене дослідження, будь-який конкретний перелік вимог не може вичерпати все різноманіття підходів, які використовують підприємства з метою вдосконалення своєї діяльності та виконання зобов'язань перед заінтересованими сторонами.

Вітчизняна практика демонструє широку варіативність підходів до реалізації принципів СВБ. Першими ще у 2005–2008 рр. концепцію СВБ підтримали ті його представники, які вийшли на міжнародні ринки, були дочірніми компаніями або співпрацювали з міжнародними корпораціями. У наступному десятилітті ця концепція здобула прихильників серед інших вітчизняних підприємств різного розміру і галузевої належності. Нині принципи СВБ стали для багатьох підприємств важливим орієнтиром при побудові взаємовідносин з владою та суспільством. Певні висновки про стан їх соціальної відповідальності дозволяє зробити проведене нами дослідження даних, які представлені на офіційних сайтах та у нефінансових звітах підприємств, а також в інших відкритих джерелах інформації.

З понад 400 досліджених вітчизняних підприємств 100 певним чином заявили про свою соціальну відповідальність у 2009–2017 рр., а саме: розмістили відповідну інформацію на офіційних сайтах (як окремий розділ чи сторінку, в тому числі анонс, сертифікат, корпоративну політику або цілі, правила закупівлі), приєдналися до міжнародних або українських громадських організацій у сфері СВБ, опублікували нефінансовий звіт (на сайтах підприємства, Глобального договору ООН та (або) Глобальної організації зі звітності) (табл. 1).

Дослідження виявило у представників українського бізнесу доволі різні уявлення про суть СВБ. Заяви ряду підприємств (наприклад, аудиторської фірми “Алексеев, Боярчуков та партнери”, автотранспортного підприємства “Улюблене таксі”, мережі будівельно-господарських гіпермаркетів “Епіцентр К” та ін.)

* ISO 26000 Social responsibility [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm.

Таблиця 1
Способи оприлюднення заяв про відданість принципам соціальної відповідальності бізнесу дослідженими вітчизняними підприємствами *

Кількість використаних способів	Способи оприлюднення заяв				розміщення звіту на сайті Глобальної організації із звітності	Підприємства, які використали даний спосіб
	розміщення інформації на офіційному сайті підприємства	членство у Глобальному договорі ООН	членство в інших громадських організаціях	розміщення звіту на сайті Глобальної організації із звітності		
1	+				21	“АвтоКрАЗ”; “Азмол”; “Аксьонова та партнери”; “Алексєєв, Боярчуков та партнери”; АСКА; “Астерс”; “Ашан Україна”; “Біофарма”; “Група компаній “Фактор”; “Епіцентр К”; “Залів”; “Інтел Україна”; “Керамейя”; “Ковальська”; “Мережа аптек D.S.”; “Milkland Україна”; “Нібулон”; “Олмакс Системс”; “ОСФ Глобал Україна”; “Прайм груп”; “ПриватБанк”; “Samsung Electronics Україна”; “СолоМія”; “Сушія”; “Takeda Україна”; “Технологія Трейд”; “Улюблене таксі”; “Чернігівське Хімволокно”; “Чорноморські авіалінії”
		+			6	
			+		2	29
2	+	+			24	АББ; “АвтоКаг”; “Агріком Груп”; “Азот”; “Альтком”; “Андрєал”; “АрселорМіттал Кривий Ріг”; “British American Tobacco Україна”; “Bosch Україна”; “Василь Кісіль і Партнери”; “ДЦ Україна”; “Veolia Україна”; “Вітмарк-Україна”; “GlaxoSmithKline Україна”; “ГрінКо Груп”; ДХЛ “Інтернешнл Україна”; “Едипрес Україна”; Impel Griffin; Інститут транспорту нафти; Comfy; Kreston GCS; “Leo Burnett Україна”; “Луґа-Нова”; “Microsoft Україна”; “METRO Cash & Carry Україна”; “Mondelez Україна”; “МТС Україна”; “Небесна криниця”; “Нексія ДК. Аудитори і Консультанти”; “Nestlé Україна”; НІКО; “Нова Пошта”; “Оранта”; “Пласке”; Sanofi; “Siemens Україна”; SoftServe; “Союз-Континент”
	+			+	1	
	+		+		11	38
		+		+	2	

Закінчення таблиці

3	+	+						43	26	17	100	100	16	4	16	“Артеріум”; БДО; “Віді Груп”; “Індустріальна Спілка Донбасу”; “Інтерлайп”; “Кернел”; “Coca-Cola Україна”; “МетЛайф”; “РwC Україна”; ПУМБ; “Сонячний Альянс”; “Tetra Pak Україна”; “Фокстрот”; “Shell Україна”; UniCredit Bank; “1 + 1 медіа”									
	+	+																							“Астарт-Київ”; “Астеліт”; “Воля”; “Галнафтогаз”; “Дніпроспецсталь”; ДТЕК; “Ernst & Young Україна”; “Carlsberg Україна”; “Кивстар Дж.Ес.Ем”; КІПМ “Україна”; “Метінвест”; “Монсанга”; “Nemiroff Україна”; “Оболонь”; “Сингенга”; СКМ
	+	+																							
4																									
Усього								43	26	100	100	100	100	4	16	16									

* Складено автором.

не мають посилань на будь-які стандарти чи принципи у сфері СВБ, не завжди підтверджені прикладами навіть разових заходів соціального або екологічного спрямування. Інші респонденти найчастіше заявляють про свою відданість принципам Глобального договору ООН, але тільки 20 зі 100 підприємств вибірки є активними членами цієї організації, а 43 – членами українських громадських організацій у сфері СВБ; 26 підприємств розмістили принаймні один нефінансовий звіт у базі даних Глобальної організації зі звітності. При цьому тільки 17% підприємств вибірки, які можуть претендувати на звання “соціально відповідальне підприємство”, використали одночасно всі зазначені способи.

Зауважимо, що ряд підприємств першої та другої груп (див. табл. 1) – це філії або дочірні підприємства міжнародних компаній, які здебільшого є членами Глобального договору ООН, публікують нефінансовий або інтегрований звіт, розміщують інформацію про визнання принципів соціальної відповідальності на своїх сайтах, у тому числі про їх дотримання у країнах присутності, зокрема, в нас (наприклад, “Microsoft Україна”; “METRO Cash & Carry Україна”; “Mondelez Україна”; “Samsung Electronics Україна” та ін.).

З числа підприємств, що приєдналися до Глобального договору ООН, лише окремі залишаються його членами й надалі, інші втрачають цей статус через недотримання вимог організації. Так, з 28 активних членів Глобального договору ООН 5 підписали заяву про приєднання до організації тільки у 2017 р. й ще не мали можливості на практиці підтвердити свою відданість його принципам. Відповідно, із 7 підприємств, які стали членами організації у 2016 р., даний статус підтвердили 4. Інші підписанти були позбавлені цього через “відмову повідомляти про прогрес” (неподання нефінансового звіту). Зазначимо, що ряд підприємств-підписантів Глобального договору ООН (наприклад, компанії “1 + 1 медіа”, A7 GROUP, Comfy, “Небесна Криниця”)

намагаються працювати відповідно до універсальних принципів ділової етики, приймати стратегічні рішення, які відповідають економічним інтересам місцевих громад, і брати участь у їх житті, але не виконують одну з основних вимог організації – не звітують про прогрес у сфері сталого розвитку, за що також були виключені з організації або позбавлені активного статусу. У підсумку за кількістю підприємств, які заявили про свою відданість принципам Глобального договору ООН, Україна випереджає цілий ряд країн (наприклад, Канаду, Фінляндію, Австрію, Кіпр, Латвію, Ісландію, Чехію, Словаччину), але за часткою підприємств, які підтвердили свою активність, ми відстаємо від більшості з них.

Публікація нефінансових звітів – не обов’язкова умова участі підприємств в українських громадських організаціях. Такі члени Центру “Розвиток корпоративної соціальної відповідальності”, як компанії “Небесна Криниця”, “Нова Пошта” та інші, розмістили заяви й інформацію про окремі заходи у сфері соціальної відповідальності на своїх сайтах, однак нефінансові звіти не публікують. Зазначене свідчить, зокрема, про те, що заява про відданість вітчизняних підприємств основоположним принципам Глобального договору ООН або іншої організації не є достатнім аргументом їх соціальної відповідальності та вимагає підтвердження через опублікування нефінансового звіту.

Як показав проведений формальний аналіз, декларація підприємством соціальної відповідальності здатна привернути до нього увагу заінтересованих сторін, однак сама по собі не є достатньою причиною для визнання підприємства соціально відповідальним без аналізу змісту його діяльності (рис. 2). Натомість позитивний результат формального аналізу дає підстави для проведення змістового аналізу господарської діяльності підприємства. Вибір критеріїв такого аналізу є неоднозначним.

Насамперед до міжнародних рейтингів соціальної відповідальності апріорі не можуть потрапити збиткові підприємства. Основний аргумент – отримання прибутку має бути пов’язане не тільки з реалізацією головної мети діяльності підприємства та виконанням зобов’язань перед його власниками та акціонерами. Воно прямо зачіпає економічні інтереси держави та широкого кола заінтересованих сторін. Даний критерій виключає можливість визнання більшості вітчизняних підприємств соціально відповідальними.

Другим ключовим фактором соціальної відповідальності є прозорість діяльності підприємств. Такі міжнародні організації, як Глобальний договір ООН, Глобальна ініціатива рейтингу сталості та Глобальна ініціатива зі звітності, вважають підзвітність і прозорість основними принципами діяльності соціально відповідальних підприємств, оскільки більш повне розкриття інформації забезпечує вищий ступінь упевненості в достовірності оцінок *. Отже, для збирання інформації заінтересовані сторони використовують усі

* The Ten Principles of the UN Global Compact [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.unglobalcompact.org/what-is-gc/mission/principles; Global Initiative for Sustainability Ratings [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ratesustainability.org/>; Global Initiative Report [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>.

доступні джерела, зокрема, засоби масової інформації, відкриті бази даних підприємств і громадських організацій, урядові портали, результати анкетувань та аналітичні звіти експертів недержавних організацій.

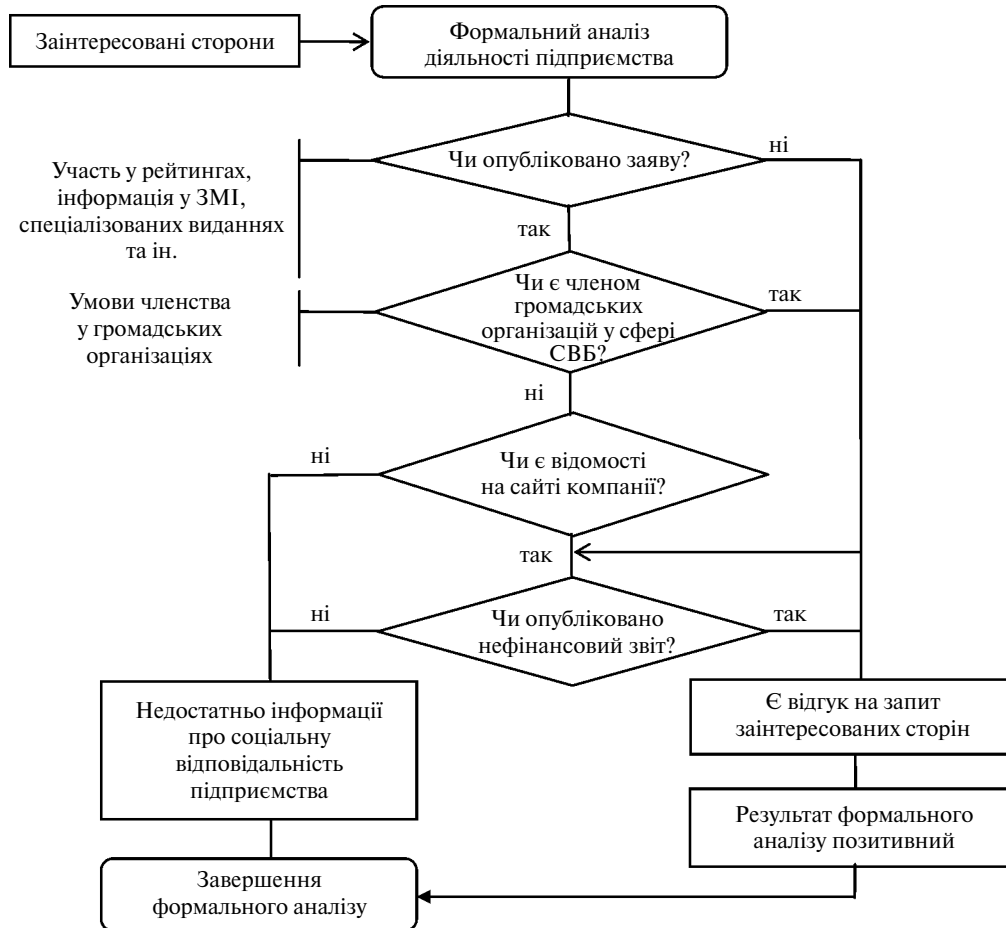


Рис. 2. Формальний аналіз соціальної відповідальності підприємств

Розроблено автором.

Важливими є результати оцінювання прозорості перших 100 підприємств з топ-200 рейтингу “Forbes Україна” з використанням методики Beyond Business *. У 2015 р. значна частка підприємств вибірки, за висновками експертів, апіорі не могла претендувати на визнання своєї діяльності прозорою і соціально відповідальною, оскільки 83% з них не подавали нефінансових звітів, а 16% не мали власних сайтів. Хоча середній індекс прозорості українських підприємств характеризується тенденцією до збільшення, лише у третини з них рівень розкриття інформації є вищим за середній, а в 15% – достатнім. При цьому, за визначенням експертів, рівень розкриття інформації на сайтах підприємств залишається низьким.

Третя ключова ознака соціальної відповідальності підприємств – виконання вимог міжнародних і національних нормативних документів у сфері СВБ. Проведене дослідження нефінансових звітів 100 європейських компаній, що були

* Презентовано індекс прозорості українських компаній – 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://csr-ukraine.org/article/презентовано-індекс-прозорості-укра/>.

подані до Глобальної організації зі звітності у 2016 р., дозволило виявити найбільш поширені практики (рис. 3). Насамперед підприємства посилаються на Цілі сталого розвитку (ЦСР), Рекомендації Організації економічного співробітництва та розвитку, 10 принципів Глобального договору ООН, ISO 26000, SA 8000 та інші нормативні документи, які мають міжнародний статус. Слід зазначити, що деякі з цих нормативних документів прямо не передбачають урахування економічних інтересів великої кількості першорядних заінтересованих сторін (зокрема, у Глобальному договорі ООН – акціонерів та інвесторів, споживачів (покупців), постачальників, партнерів по бізнесу). Комплексне використання нормативних документів, наприклад Цілей сталого розвитку та Рекомендацій ОЕСР, значною мірою компенсує цей недолік. Однак одним з основних чинників соціальної відповідальності є повага до інтересів заінтересованих сторін, про що говорять 46% європейських підприємств. Така сама вимога є основою ISO 26000. Цей стандарт визнають 17% підприємств даної групи, які не назвали серед інших засад господарської діяльності інтереси заінтересованих сторін. Таким чином, з великою ймовірністю можна зробити висновок про високий рівень орієнтованості 63% досліджених європейських підприємств на широке коло заінтересованих сторін.

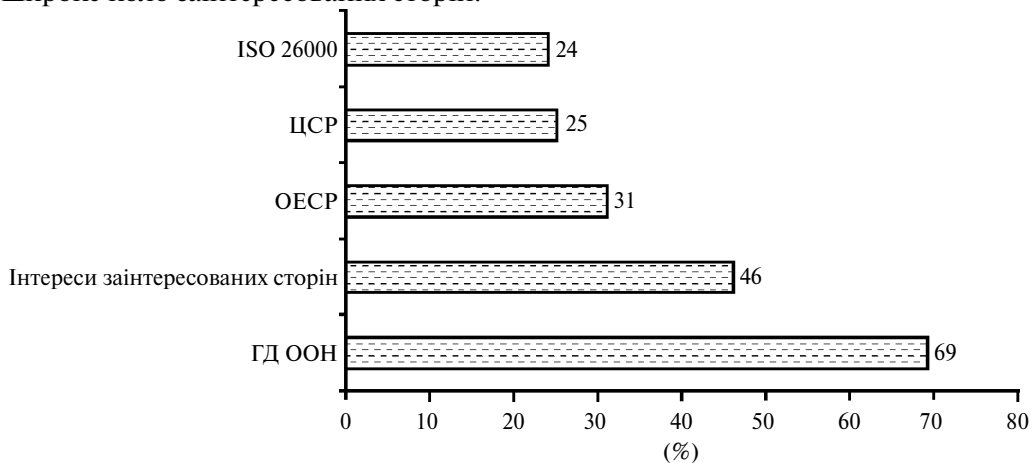


Рис. 3. Частка європейських компаній, що взяли відповідні нормативні документи за основу організації та управління діяльністю

Побудовано автором.

Переважає більшість вітчизняних підприємств указує на прихильність принципам Глобального договору ООН. Ряд інших (наприклад, “АрселорМіттал Кривий Ріг”, “Астарта-Київ”, “Дніпроспецсталь”, ДТЕК, “Ernst & Young”, “Метінвест”, СКМ) одночасно називають Рекомендації ОЕСР та ISO 26000. Зауважимо, що визнання певних нормативних документів на практиці має проявлятися у дотриманні їх вимог. Так, стандарти ISO 26000 та AA1000 AS вимагають урахування соціальних і екологічних факторів у процесі прийняття рішень як передумови підзвітності впливу рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище *. Неформальне визнання принципів Глобального

* Working Report on Social Responsibility [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://iso26000.jsa.or.jp/_files/doc/2004/sagreport_eng.pdf; Guidance for AA 1000 AS (2008) Assurance Providers [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mas-business.com/docs/Guidance%20for%20AA1000AS%202008%20Assurance%20Providers.pdf>.

договору ООН, як і принципів СВБ, пов'язане зі зміною підходів до управління підприємством. З урахуванням зазначеного вважаємо за доцільне при змістовому аналізі соціальної відповідальності підприємства звертати увагу на впровадження даних принципів у його господарську діяльність та її продуктивність, або, іншими словами, на характер і ступінь дотримання проголошених принципів.

Проведений аналіз нефінансових звітів вітчизняних підприємств показав, що відбувається розширення кола першорядних заінтересованих сторін. Так, 47% вітчизняних підприємств вибірки визнають економічні інтереси і беруть на себе конкретні зобов'язання перед більшістю, а 17% – переважно перед усіма категоріями заінтересованих сторін. Щодо їх складу підприємства найчастіше називають споживачів (рис. 4). Однак за пріоритетністю останні поступаються працівникам підприємства.

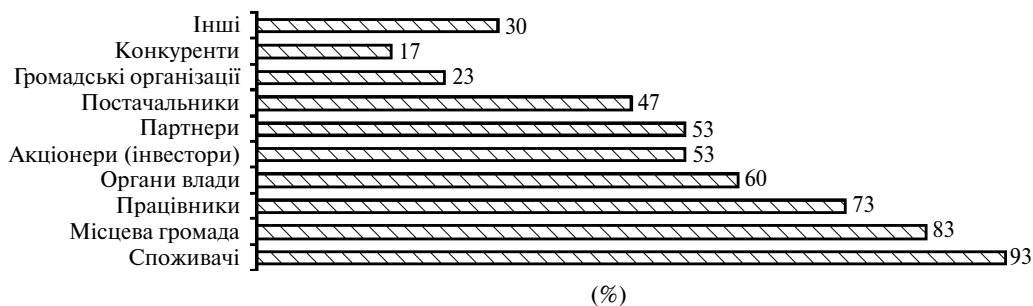


Рис. 4. Частка підприємств вибірки, що визнали першорядність відповідних заінтересованих сторін

Побудовано автором.

Потрібно підкреслити, що інтереси заінтересованих сторін впливають на визначення підприємствами напрямів реалізації соціальної відповідальності й вибір підходів до організації та управління їх господарською діяльністю (рис. 5). Виконання підприємством узятих на себе зобов'язань щодо забезпечення високої якості продукції, енергоефективності, інновацій, поведінки з відходами тощо вимагає докорінної зміни підходів до управління підприємством та організації операційної діяльності. Отже, швидкість реагування підприємства на потреби заінтересованих сторін – важливий критерій, за яким можна оцінювати рівень його соціальної відповідальності у процесі змістового аналізу господарської діяльності (рис. 6).

При цьому міжнародні та вітчизняні нормативні документи утворюють законодавчо-нормативну базу, на якій формуються власне ставлення і підхід до реалізації соціальної відповідальності кожного конкретного підприємства [9]. Вони є основою для розробки внутрішніх регламентів, у яких визначено обрані засади побудови взаємовідносин з інвесторами, персоналом, споживачами, бізнес-партнерами, конкурентами та місцевою громадою.

Дослідження соціальної відповідальності підприємств, проведене у вітчизняній та зарубіжній науковій літературі та підтверджене практикою, дозволило сформулювати такі загальні положення.

Насамперед слід визнати, що через добровільний характер та особливості національних моделей СВБ [2, с. 63–76] єдиного підходу до соціальної відпо-

відальності підприємств бути не може. Її дискретність виражається у формулюванні мети діяльності підприємства, визначенні стратегії управління, застосуванні диспозитивних нормативних документів, виборі першорядних заінтересованих сторін і напрямів її реалізації за певної мотивації тощо. Усі ці дані, які соціально відповідальні підприємства публікують у нефінансових звітах та на офіційних сайтах, впливають на їх місце у різноманітних рейтингах у сфері соціальної відповідальності (наприклад, у рейтингу роботодавців України, національному рейтингу благодійників, рейтингу прозорості корпоративної звітності тощо). Їх змістовий аналіз дозволяє заінтересованим сторонам зробити висновок про рівень соціальної відповідальності підприємства.

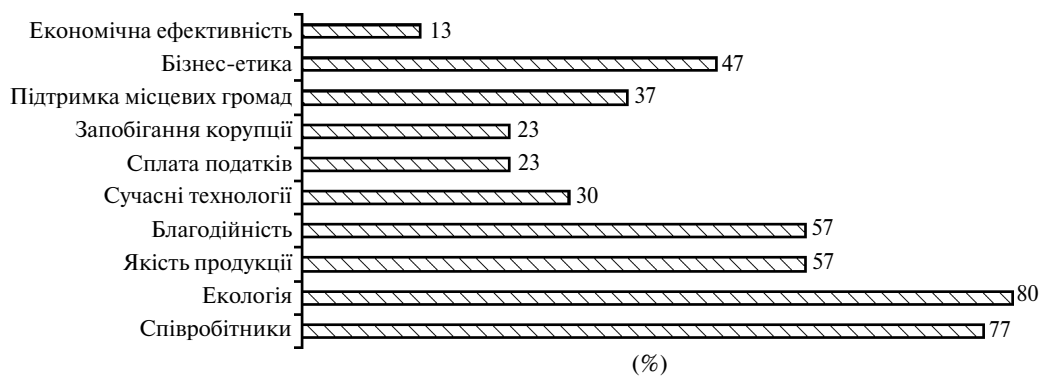


Рис. 5. Частка підприємств вибірки щодо відповідних напрямів реалізації соціальної відповідальності

Побудовано автором.

Наприклад, на оцінку відповідальності підприємства (як роботодавця) перед працівниками впливають рівень плинності кадрів, наявність офіційного працевлаштування, рівень заробітних плат по відношенню до ринкових, регулярність виплат, наявність бонусних систем, стиль керівництва, графік роботи, овертайми, умови та перспективи професійного розвитку тощо *. Таким чином, у суспільстві відбувається формування певних соціальних стандартів, які виходять за законодавчо визначені межі, мають необов'язковий, рекомендаційний характер. Однак саме вони є ключовим орієнтиром для соціально відповідальних підприємств, оскільки відображають найбільш актуальні економічні інтереси даної категорії заінтересованих сторін.

Зважаючи на це, соціально відповідальним можна визнати підприємство, яке на добровільній альтруїстичній або прагматичній основі бере на себе адитивні, чітко детерміновані зобов'язання перед широким колом заінтересованих сторін і виконує їх на умовах дотримання принципів СВБ. При цьому одним з основних завдань є незмінне покращення економічного, соціального й екологічного впливу бізнесу на суспільство.

Проведений аналіз існуючих підходів до впровадження принципів СВБ у діяльність досліджуваних вітчизняних підприємств дає підстави для ранжування соціальної відповідальності підприємств (табл. 2).

* Рейтинг роботодавців України, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://kiev.hh.ua/article/21583>.

Названі рівні соціальної відповідальності підприємств також відрізняються за підходами до оприлюднення відомостей про їх діяльність (зокрема, нефінансову звітність публікують підприємства четвертого та п'ятого рівнів соціальної відповідальності) та стратегією управління.

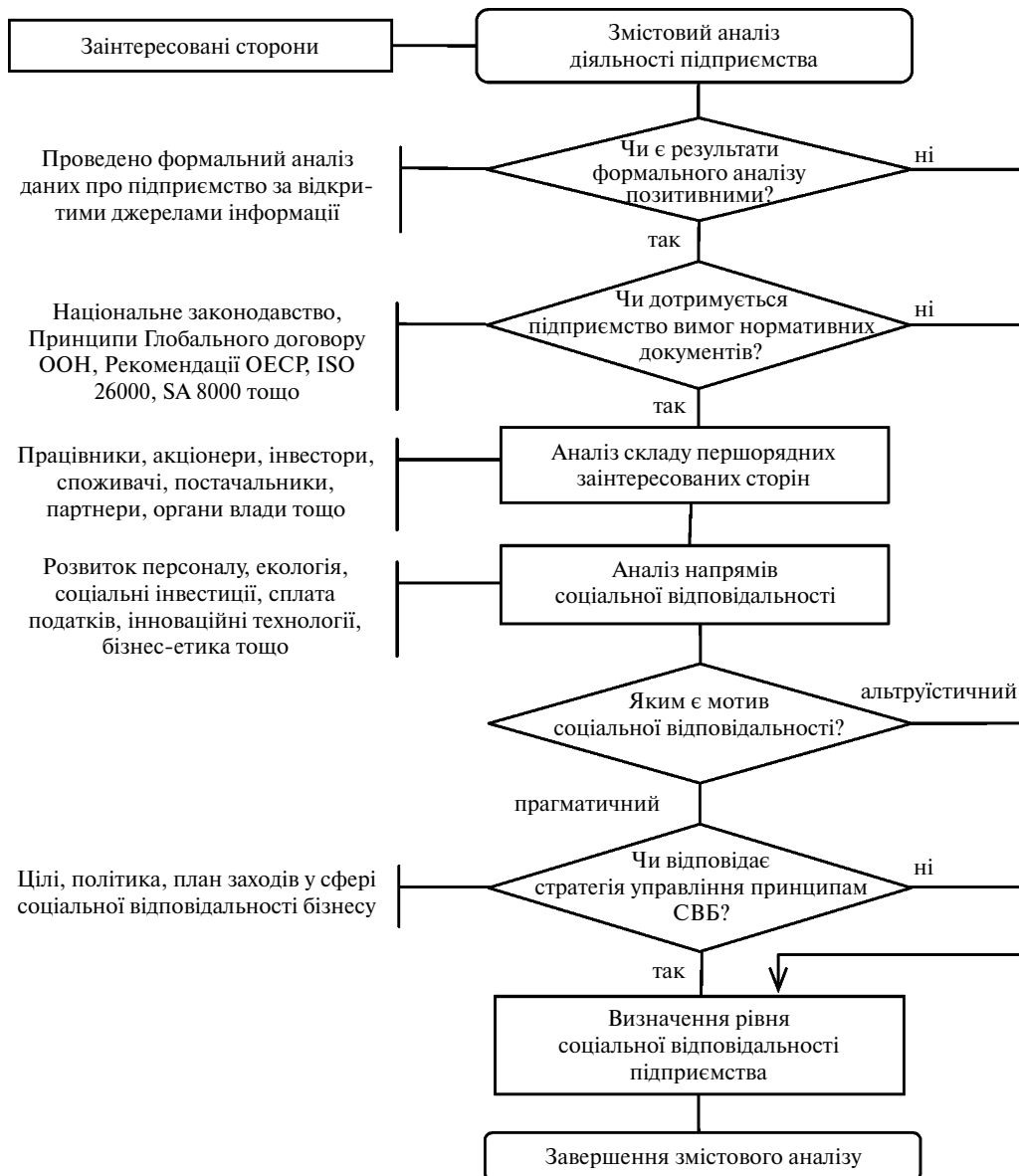


Рис. 6. Змістовий аналіз соціальної відповідальності підприємств

Розроблено автором.

Варіативність практики соціальної відповідальності підприємств зумовлена видом їх економічної діяльності. При цьому змінюються підходи до визначення складу першорядних заінтересованих сторін і напрями реалізації їх економічних інтересів. На нашу думку, вплив розміру підприємства на його соціальну відповідальність позначається на обсягу ресурсів, які підлягають розподілу між заінтересованими сторонами, але в жодному разі не на змісті принципів СВБ.

Таблиця 2

Рівні соціальної відповідальності підприємств *

№ п/п	Характеристика рівнів	Підходи	Першорядні зацікавлені сторони
1	Підприємство визнає пріоритет економічних інтересів постачальників фінансового капіталу та відповідальність за забезпечення його максимальної рентабельності	Егоїстичний	Власники (акціонери)
2	Підприємство однозначно визнає принцип поваги до верховенства права та виконує зобов'язання, визначені вітчизняним законодавством	Формальний	Власники (акціонери), потенціальні інвестори та інші постачальники фінансового капіталу
3	Підприємство дотримується вимог національного законодавства і здійснює окремі заходи соціального та екологічного значення, але не оцінює їх ефективність	Альтруїстичний	Постачальники фінансового капіталу та окремі категорії зацікавлених сторін, що потребують допомоги
4	Підприємство дотримується вимог національного законодавства та розглядає соціальну відповідальність як складову господарської діяльності	Прагматичний	Власники (акціонери), інвестори, постачальники, працівники, споживачі, бізнес-партнери, державні та місцеві органи влади, місцева громада
5	Підприємство дотримується принципів соціальної відповідальності бізнесу в господарській діяльності	Іманентний	

* Розроблено автором.

Висновки

Підвищення рівня соціальної відповідальності вітчизняних підприємств як важливий чинник зростання їх вартості, конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості збігається не тільки із загальносвітовою тенденцією розвитку бізнесу, але й з їх стратегічними економічними інтересами.

Вимоги до соціальної відповідальності підприємств визначено рядом диспозитивних міжнародних нормативних документів. Спільними для більшості з них є вимоги щодо забезпечення прозорості економічної діяльності підприємств та дотримання принципів СВБ у їх повсякденній роботі.

Підвищення соціальної відповідальності підприємств насамперед проявляється у розширенні:

- складу першорядних зацікавлених сторін, на економічні інтереси яких зорієнтовано їх діяльність;
- напрямів діяльності, економічні, екологічні та соціальні наслідки яких контролюють менеджери;
- способів, що використовуються для забезпечення прозорості діяльності;
- кола працівників, які долучаються до реалізації та керуються у своїй професійній діяльності принципами СВБ.

Таким чином, відбувається докорінна зміна стратегії управління підприємством, загальні принципи якої не залежать від його галузевої належності та розміру.

Викладені положення доцільно враховувати при проведенні подальших досліджень, спрямованих на вдосконалення управління підприємствами та підвищення їх економічної, екологічної та соціальної ефективності.

Список використаної літератури

1. Карагод В.С. Теория и методология международной системы корпоративной социальной отчетности : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.12. — М. : Рос. ун-т дружбы народов, 2006. — 59 с.
2. Король С.Я. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія та методологія обліку : моногр. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. — 455 с.
3. Артемов Е.А. Активизация социально ответственной деятельности бизнес-структур как условие эффективного управления экономикой региона : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. — Краснодар : Кубанский государственный ун-т, 2013. — 20 с.
4. Жиглей І.В. Бухгалтерський облік соціально відповідальної діяльності: теорія, методологія, організація : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.09. — Житомир : Житомир. держ. технол. ун-т. 2011. — 37 с.
5. Иванов В.Г. Развитие системы контроллинга социально-ответственной деятельности промышленных предприятий : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05. — М. : Финансовый ун-т при правительстве РФ, 2012. — 26 с.
6. Павлюк М. Методичні підходи до оцінки результативності програм у сфері корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних підприємств // Ринок цінних паперів України. — 2012. — № 8. — С. 59–64.
7. Харитонова Е.Н. Управление социально ответственной деятельностью промышленных предприятий (на примере черной металлургии) : автореф. дис. ... д-ра. экон. наук : 08.00.05, 08.00.12. — М. : ФГОУ ВПО “Гос. технол. ун-т “Москов. ин-т стали и сплавов”, 2009. — 40 с.
8. Білявський В. Підвищення рівня соціальної відповідальності торговельного підприємства // Вісник КНТЕУ. — 2009. — № 5. — С. 84–91.
9. Король С.Я. Нормативні документи із соціальної відповідальності бізнесу // Економіка України. — 2013. — № 9. — С. 85–96.

References

1. Karagod V.S. *Teoriya i metodologiya mezhdunarodnoi sistemy korporativnoi sotsial'noi otchetnosti* [Theory and methodology of international system of corporate social reporting]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Moscow, The Peoples' Friendship University of Russia, 2006 [in Russian].
2. Korol S.Ya. *Sotsial'na Vidpovidal'nist' Biznesu: Teoriya ta Metodolohiya Obliku* [Social Responsibility of Business: Theory and Methodology of Accounting]. Kyiv, Kyiv National University of Trade and Economics, 2016 [in Ukrainian].
3. Artemov E.A. *Aktivizatsiya sotsial'no otvetstvennoi deyatel'nosti biznes-struktur kak uslovie effektivnogo upravleniya ekonomikoi regiona* [Activation of socially responsible activity of business structures as a condition for effective management of the region's economy]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Krasnodar, Kuban State University, 2013 [in Russian].
4. Zhiglei I.V. *Bukhhalters'kyi oblik sotsial'no vidpovidal'noi diyal'nosti: teoriya, metodolohiya, orhanizatsiya* [Accounting of socially responsible activity: theory,

methodology, organization]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Zhytomyr, Zhytomyr State Technological University, 2011 [in Ukrainian].

5. Ivanov V.G. *Razvitie sistemy kontrollinga sotsial'no-otvetstvennoi deyatel'nosti promyshlennykh predpriyatii* [Development of a controlling system for the socially responsible activity of industrial enterprises]. *Extended abstract of candidate's thesis*. Moscow, Financial University under the Government of the Russian Federation, 2012 [in Russian].

6. Pavlyuk M. *Metodychni pidkhody do otsinky rezul'tatyvnosti program u sferi korporatyvnoi sotsial'noi vidpovidal'nosti vitchyznyanykh pidpryemstv* [Methodological approaches to evaluating the effectiveness of programs in the field of corporate social responsibility of domestic enterprises]. *Rynok tsinnykh paperiv Ukrainy – Ukrainian Securities Market*, 2012, No. 8, pp. 59–64 [in Ukrainian].

7. Kharitonova E.N. *Upravlenie sotsial'no otvetstvennoi deyatel'nost'yu promyshlennykh predpriyatii (na primere chernoi metallurgii)* [Management of socially responsible activity of industrial enterprises (on an example of ferrous metallurgy)]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. Moscow, FGOU VPO National University of Science and Technology “MISiS”, 2009 [in Russian].

8. Biliavskiy V. *Pidvyshchennya rivnya sotsial'noi vidpovidal'nosti torhovel'noho pidpryemstva* [The increase of the social responsibility of a trade enterprise]. *Visnyk KNTEU – Herald of KNUTE*, 2009, No. 5, pp. 84–91 [in Ukrainian].

9. Korol S.Ya. *Normatyvni dokumenty iz sotsial'noi vidpovidal'nosti biznesu* [Regulations on social responsibility of business]. *Ekonomika Ukrainy – Economy of Ukraine*, 2013, No. 9, pp. 85–96 [in Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 15 січня 2018 р.
The article was received by the Editorial staff on January 15, 2018.*
