

Gordienko L. A.

Cherkassy State Technological University

MODELS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

The essence and peculiarities of corporate social responsibility models formation in Western countries and in Ukraine are investigated. Directions of businesses cooperation with the public and the authorities are found. The ways of cooperation between corporate bodies and relevant authorities at the regional level are offered.

Key words: business structures, local authorities, models, population, social investments.

УДК 334.72:3.085

Деліні М. М.

Донецький державний університет управління

ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Досліджено сутність та значення поняття корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), особливості її розуміння в українських реаліях. Приведений приклад застосування КСВ на підприємствах України. Визначено проблеми впровадження КСВ в Україні та можливі шляхи по їх вирішенню.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, підприємство, КСВ-стратегія, «належне громадянство», розвиток персоналу.

Постановка проблеми. Функціонування будь-якого підприємства полягає в отриманні максимального прибутку, але на цей час розвинуті компанії дійшли розуміння того, що це є неможливим без соціальної складової функціонування їхнього бізнесу, а саме: розвитку персоналу, забезпечення безпеки навколишнього середовища від результатів своєї діяльності, споживачів високою якістю продукції тощо. Отже, проблема соціальної відповідальності бізнесу стоїть на цей час достатньо гостро для підприємців, не оминула вона й українських бізнесменів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемами корпоративної соціальної відповідальності займаються багато вчених та підприємців як українських, так і іноземних. Так, увагу цьому питанню приділяють А. С. Серьогіна, С. О. Деліні, М. Р. Мазітова та інші вчені, які досліджують процеси соціалізації бізнесу в світі та Україні, наводять приклади впровадження КСВ-стратегії та зазначають наслідки від цього.

Виділення невирішених раніше проблем. Проблема КСВ є достатньо висвітленою у світі, але відносно новою для України, хоча вчені вже й вдалися до її дослідження. Важливим залишається подальше розкриття її сутності, значення та напрямків застосування на підприємствах, а також наведення реальних прикладів, які мають місце в українському бізнесі. Саме цьому й приділена дана наукова робота.

Мета статті полягає в розкритті особливого значення корпоративної соціальної відповідальності в бізнес-середовищі, а також проблем її застосування в українських реаліях.

Виклад основного матеріалу. Зі зміною політичного устрою, появою нових соціально-економічних відносин трансформувався характер менеджменту організацій. Іншою стала її структура, змінилися взаємини між різними соціальними структурами. Найчастіше ці відносини носять суперечний характер. Особливо сильне протистояння проявляється в підприємницьких структурах, у сфері бізнесу. Проте, роль підприємництва й бізнесу, з позиції виконуваних соціальних і еконо-

мічних функцій, велика. Вони створюють робочі місця, насичують ринок товарами, що задовольняють потреби населення, визначають темпи росту валового продукту, формують конкурентне середовище, беруть участь у добродійності, вирішують соціальні проблеми або знижують їхню гостроту в суспільстві і т. д. У цілому, підприємництво сприяє відтворенню населення в частині робочої сили. Усі ці функції ефективно виконуються, коли підприємництво функціонує в досить цивілізованому суспільстві. В цих умовах підвищується соціальна відповідальність усіх суб'єктів підприємницької діяльності або бізнесу [1].

Взагалі, треба зауважити, що зараз можна зустріти обидва терміни, які стосуються цієї сфери, а саме: соціальна відповідальність бізнесу та корпоративна соціальна відповідальність. Істотної різниці між ними не існує, тобто вони можуть вважатися тотожними. Так, М. Р. Мазітова зазначає, що «термін «соціальна відповідальність бізнесу» досить міцно ввійшов в економічний лексикон і зустрічається в навчальній літературі, наукових і публіцистичних статтях. Стосовно до великого корпоративного бізнесу використовується термін «корпоративна соціальна відповідальність». Застосування цього терміна пов'язане із трансформацією світової економіки, а також з розвитком корпоративного керування». [2] Тобто вона ототожнює ці поняття і в подальших своїх працях однаково застосовує їх як синоніми.

Також вона акцентує увагу на визначенні саме цих понять, а саме: «незважаючи на актуальність феномена КСВ, загальноприйнятого точного визначення для соціальної відповідальності немає. У зв'язку з цим кожне підприємство або організація світу вкладає неоднаковий зміст у це словосполучення. Незважаючи на відсутність єдиного й загальноприйнятого визначення КСВ, це поняття звичайно відноситься до процесу прийняття рішень у бізнесі, який здійснюється в прив'язці до етичних цінностей, дотриманні вимог законності, поваги до людей і їх співтовариств, охороні навколишнього середовища. Деякі групи теоретиків і

практиків заявляють, що соціально відповідальна компанія повинна максимально дотримуватися у своїй діяльності основних цінностей суспільства, членом якого вона є. Інші автори говорять про те, що КСВ – це вихід за рамки економічного інтересу в роботі фірми. Треті дослідники вважають СВБ обов'язковим атрибутом успішної корпорації, яка постійно опікується про потреби зацікавлених осіб. Загальним для всіх підходів є розуміння мети КСВ: підвищення рівня соціального зімкнення й взаємної довіри з боку трьох її учасників – бізнесу, влади й суспільства» [2].

Існує багато визначень поняття «соціально відповідальність бізнесу», розглянемо декілька з них:

Визначення СВБ з Зеленої книги Європейського союзу (2001 рік): СВБ означає «інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі».

Для бізнесу задля соціальної відповідальності СВБ означає «досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільнот і навколишнього середовища».

Міжнародний форум лідерів бізнесу розуміє СВБ як сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу.

Всесвітня ділова рада за сталий розвиток визначає СВБ як «зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя» [3].

В українських реаліях під терміном «соціально відповідальність» розуміють розвиток персоналу компанії, дотримання та захист прав людини, благочинна допомога [4].

Хоча різні організації й пропонують різні визначення терміну СВБ, проте в них є спільна основа: СВБ переймається тим, як компанії керують комерційною діяльністю для створення загальногo позитивного впливу на суспільство.

Різні визначення можуть більше стосуватись етичної поведінки, сталого розвитку, довкілля, філантропічної ідеї. Соціальна відповідальність також є синонімом терміну «належне громадянство». Як бачимо, в більшості визначень підкреслюється взаємозв'язок між економічними, екологічними й соціальними аспектами та впливом діяльності організації. Всі наведені визначення СВБ представляють масу поглядів на це явище та відрізняються одне від одного ступенем, в якому компанії інтегрують СВБ у свою практику – від дотримання й поважання до сприяння й відданості та, нарешті, до інтеграції СВБ у щоденну роботу [3].

Саме поняття відповідальності часто розуміється як синонім обов'язку щось зробити. Соціальна відповідальність виступає як певні очікування навколишнього середовища стосовно певних громадських організацій і усвідомленням боргу перед суспільством. Соціальна відповідальність виникає на основі соціальних норм і реалізується як через форми соціального контролю (суспільна думка, утомившись, закон), так і через розуміння своєї суспільної ролі.

Соціальна відповідальність підприємництва – це деяка домовленість між підприємництвом

і суспільством, в якому воно функціонує. Цей тандем реалізується через стратегію, спрямовану на реалізацію своїх інтересів з урахуванням суспільних потреб. Тобто відповідальність виступає як правова, так і як соціально-етична норма [1].

Розуміння соціальної відповідальності з позиції суспільних норм і очікувань суперечить ринковим відносинам. Усе що корисно для бізнесу не завжди коректно для його оточення. Для більшості підприємств соціальна відповідальність виходить на другий план. Особливо складніше малому підприємству в Росії у зв'язку з тим, що воно нестабільно й не захищене від зазіхань корумпованих злочинних структур. Тому його егоїстичний інтерес цілком виправданий. Ринкова система вимагає активного державного втручання у вироблення механізмів рівноправної соціальної підтримки підприємництва, особливо малого, а також у формування сприятливого середовища для зародження гуманістичних основ у форматі соціальної відповідальності.

З кожним роком у світовій економіці усе більш очевидно проявляється тенденція до перегляду основних постулатів ведення бізнесу, до зміни його головних орієнтирів, пріоритетів і цінностей. «Дикий капіталізм», при якому кожний його учасник намагається швидко, без врахування інтересів інших суб'єктів (а іноді – з навмисним ігноруванням або навіть порушенням цих інтересів) нагромадити великі капітали, йде в минуле. Його місце займає сучасний тип підприємництва, орієнтований на суспільство, його потреби й інтереси – соціально відповідальний бізнес. Такий процес сучасної переорієнтації цілей і інтересів бізнесу є не випадковим. Він викликаний об'єктивними причинами, пов'язаними з еволюцією підприємницьких цінностей [5].

Подібна практика ведення бізнесу набуває сьогодні все більшого і більшого поширення у світі. На жаль, КСВ в Україні ще не стала частиною стратегічного менеджменту: лише деякі компанії мають стратегію соціальної відповідальності, процес формування окремих підрозділів так і не почався, відсутній механізм контролю впровадження заходів з соціальної відповідальності. Більшість підприємств, які мають чітко функціонуючу КСВ, це представники міжнародних компаній, які мають підрозділи в Україні, а також найбільш великі українські підприємства (СКМ) [4].

Позитивним є те, що в країні постійно збільшується число соціально відповідальних компаній, залучених у благодійні програми, що відкрили свої власні благодійні фонди, що й реалізують стратегічні благодійні ініціативи. Однак становлення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу й підприємництва в порівнянні з розвиненими країнами помітно відстає. При цьому соціально активними підприємствами в Україні в основному є філії й представництва великих міжнародних корпорацій.

Основною причиною такої ситуації в Україні є багато в чому відсутність у вітчизняних підприємців елементарних навичок ведення цивілізованого бізнесу, існування у свідомості суспільства стереотипу «аморальності бізнесу», а також відсутність необхідної законодавчої бази, що заохочує соціально відповідальний бізнес.

Прикладом цьому може слугувати досвід французької компанії. Можна також привести приклад автомобільної компанії «Renault», яка впроваджує соціальну відповідальність у свою діяльність.

Саме виходячи з того, що це іноземна компанія, що ефективно розвивається, можна говорити про досить сильну систему КСВ, яка застосовується для стимулювання й забезпечення своїх співробітників. Її КСВ-стратегія досить широка й охоплює багато напрямків.

Так, слід зазначити, в «Renault Ukraine» у період кризи, коли продажі автомобілів поменшилися в 4 рази, було ухвалене рішення не звільняти жодного співробітника. Це являє унікальний приклад для економіки України під час кризи. Безумовно, це стало можливим завдяки підтримці з боку центрального офісу. І саме в кризовий рік виважено зберегти всі робочі місця й підсилити команду за рахунок її навчання й підвищення кваліфікації. Таким чином, це дозволило компанії і її співробітникам вийти із кризи більш сильними, ніж вони входили до неї.

Також важливим є приклад того, що вищий управлінський персонал вважає, що головним у діяльності компанії є відповідальність щодо відношення до співробітників. Це, зокрема, навчання співробітників, яке їм надає компанія: team-building зустрічі, щомісячні брифінги для бренд-менеджерів по Україні, навчання за рахунок компанії англійській мові. Також важливим є укладання договорів медичної страховки для співробітників «Renault Ukraine», що являє собою повний комплекс послуг у медичних і оздоровчих установах. Для вищого управлінського персоналу передбачається медична страховка для всіх членів родини. Особливо для співробітників, робота яких пов'язана з постійними автомобільними поїздками, укладаються договори страхування життя [6].

Соціально відповідальна ділова практика в Україні походить від багатьох різних факторів.

Деякі з них характерні для України, інші – більш міжнародні; деякі – історичні за характером, інші – сучасні. В «епоху соціалізму» була поширена практика індивідуальних і корпоративних пожертвувань і спонсорських внесків з боку підприємств на користь спортивних клубів, культурних заходів, інвалідів і дітей. Проте в той час громадянське суспільство було набагато менш розвиненим, ніж сьогодні, тому одержувачів було менше, і вони були не такі різноманітні.

Донедавна убоге висвітлення у ЗМІ, публікації, а також існуючі дослідження у галузі СВБ стосувалися здебільшого бізнесової практики, відомої як благодійність. Філантропія та пожертвування на соціальні потреби досі сприймаються як найтипівша форма СВБ-діяльності в Україні. У той же час існує практика, котра демонструє ширше залучення бізнесу до СВБ-діяльності на робочому місці, а також відносно покупців і постачальників.

Отже, СВБ стає частиною соціального та бізнесового життя, переходячи від простіших до більш розвинених форм і концепцій.

Обізнаність щодо СВБ в Україні зростає, і все більше й більше компаній запроваджують принципи СВБ у свою ділову практику. За останні десять років було дуже мало простору для інвестицій у громади, але ряд компаній почав розробляти філантропічні програми (згадаймо, наприклад ініціативу корпорації «Ейвон» з боротьби з раком молочної залози або програму корпорації «Філіп Моріс» з лікування дітей, постраждалих від Чорнобильської катастрофи). Деякі компанії розробляють власну політику СВБ і проголошують свою поведінку щодо СВБ [3].

Як вже згадувалося, найбільшою українською компанією (за своїм походженням), яка активно

використовує елементи КСВ у своїй діяльності, є СКМ. Стратегія розвитку Групи СКМ заснована на двох постулатах: СКМ – успішний бізнес і СКМ – соціально відповідальний бізнес, який прагне максимізувати свій внесок у всебічний розвиток України. Усі підрозділи Групи СКМ здійснюють свою діяльність у сфері КСВ на основі розроблених фахівцями Групи принципів і підходів, застосовуючи кращий світовий досвід і враховуючи реалії українського суспільства, орієнтуючись на найвищі стандарти корпоративної соціальної відповідальності й ставлячи в главу кута практичну користь для суспільства.

До березня 2008 року реалізація проектів в області соціального інвестування здійснювалася Корпоративним Благодійним Фондом СКМ «Розвиток України», фокусом якого були програми в області охорони здоров'я, культури й утвору. З березня 2008 року Благодійний Фонд «Розвиток України» діє як особистий Благодійний Фонд Рината Ахметова, Акціонера Компанії СКМ, залишаючись при цьому постійним партнером СКМ по різних проектах в області спонсорства й доброчинності [7].

Тепер перейдемо до основних проблем, які існують в українському сьогоденні і є тими чинниками, які безпосередньо впливають на розвиток КСВ. Існує кілька факторів, які впливають на практику СВБ в Україні. Серед них:

1. Політична та економічна нестабільність. Україна весь час свого існування постає перед проблемами розвитку власного підприємництва. Так, з отриманням незалежності, підприємці мали за мету лише отримання прибутку, не маючи ані досвіду, ані жодної думки про розвиток КСВ. З плином часу політична та економічна ситуація дещо стабілізувалась й почався розвиток КСВ на підприємствах України, але все це знівельовалося кризою 2008 р. та подальшими обставинами розвитку країни.

2. Одним з найбільш могутніх важелів розвитку соціально відповідального бізнесу є вихід на наш ринок компаній та інвесторів з країн з високим рівнем розвитку СВБ, але, з урахуванням вищезазначеного фактору, іноземні інвестори не бажають інвестувати гроші в український бізнес. Саме це й є великою проблемою для розвитку КСВ в нашій країні.

3. Брак законодавчої та виконавчої підтримки. В Україні не існує органу, який би безпосередньо займався проблемами та розвитком СВБ. На законодавчому рівні також немає сприяючих документів. Так, якщо ще в 2010 р. підприємства могли зменшувати свій валовий прибуток за рахунок корпоративного страхування, то зараз це не може бути застосованим і це стає не вигідним для застосування. Також навіть система захисту працівників, що існує зараз в Україні, не може повністю захистити людину, тому що мають місце численні порушення на робочому місці.

У якості шляхів вирішення поставленої проблеми можна виділити необхідність розробки й прийняття чіткої законодавчої бази, яка створила б правові рамки соціально відповідальної поведінки і була б націлена на її оптимізацію. Необхідним заходом є забезпечення державою строгого додержання існуючих законів, приведення всіх без винятку підприємств до рівня базової соціальної відповідальності. Більше того, вихідною умовою становлення моделі соціально відповідального бізнесу в Україні повинно стати не просто її законодавче оформлення й застосування до порушників

цього законодавства державного примусу й покарання, а й внутрішньофірмове усвідомлення цінностей соціальної відповідальності, їх прийняття й реалізація в повсякденній діяльності. Іншими словами, не прийняття соціальної відповідальності як формального інституту, а усвідомлення її як неформальної норми. При цьому важливе значення набуває необхідність проведення відповідної моральної підготовки керівників і менеджерів кожного українського підприємства. Виконання цих основних умов становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні дозволить поставити вітчизняне підприємництво на загальносвітову платформу ведення бізнесу й представити українські бізнес-структури в якості повноцінних і конкурентоспроможних партнерів [5].

Висновки і пропозиції. Залучення України в процеси розширення соціальної корпоративної відповідальності є важливою проблемою, вирішення

якої дозволить підняти український бізнес на новий рівень, зробити його конкурентоспроможним, надати можливість вести діалог з усіма світовими підприємствами на рівних засадах. Але для цього повинні бути вирішені певні кроки і зроблено це повинно бути на державному рівні. По-перше, і найбільш важливе, необхідно міцно закріпити в менталітеті наших громадян важливість та гостру необхідність в КСВ своїх підприємств і робитися це повинно не в примусовому вигляді, а за власним бажанням. Але саме це бажання повинно бути культивовано й виховано в нашому підприємці. Саме це дозволить вирішити питання поширення КСВ в Україні. По-друге, створити для вирішення першого питання належні органи та нормативні документи. Це дозволить сприяти ще більшому запровадженню соціалізації нашого бізнесу. Важелів для цього може численна кількість, саме вони й будуть темою подальших досліджень автора.

Список літератури:

1. Проблемы социальной ответственности предпринимательства [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/akcent/2969-problemy-socialnoy-otvetstvennosti-predprinimatelstva.html>. – Название с экрана.
2. Мазитова М. Р. Социальная ответственность бизнеса в мировой экономике. Трансгрессия социокультурного пространства : [материалы Всероссийской интернет-конференции] / М. Р. Мазитова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://isutransgres.ru/index/doklady_konferencii/0-4. – Название с экрана.
3. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. Звіт ООН, 2005. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf. – Назва з екрану.
4. Деліні М. М. Проблеми реалізації корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах України. Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку : [матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.] / М. М. Деліні. – Донецьк : ДонДУУ, 2013. – 305 с. – С. 63-64.
5. Серегина А. С. Социальная ответственность бизнеса: проблемы формирования в Украине / А. С. Серегина // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/akcent/3060-socialnaya-otvetstvennost-biznesa-problemy-formirovaniya-v-ukraine.html>. – Название с экрана.
6. Деліні С. О. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах автомобільної галузі на прикладі «Renault». Політика корпоративної соціальної відповідальності в контексті сталого соціально-економічного розвитку : [матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф.] / С. О. Деліні. – Донецьк : ДонДУУ, 2013. – 305 с. – С. 64-65.
7. Офіційний сайт Групи СКМ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.scm.com.ua/>. – Назва з екрану.

Деліні М. Н.

Донецкий государственный университет управления

ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Резюме

Исследованы сущность и значение понятия корпоративной социальной ответственности (КСО), особенности ее понимания в украинских реалиях. Приведен пример использования КСО на предприятиях Украины. Определены проблемы внедрения КСО в Украине и возможные пути по их решению.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, КСО-стратегия, «должное гражданство», развитие персонала.

Dielini M. N.

Donetsk State University of Management

ISSUES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Summary

Researched the essence and meaning of the concept of corporate social responsibility (CSR), particular qualities of its understanding in Ukrainian realities. Induced an example of CSR in enterprises of Ukraine. Identified problems of CSR's implementation in Ukraine and possible ways to solve them.

Key words: corporate social responsibility, social responsibility of business, CSR-strategy, «granted citizenship», personnel development.