

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК СКЛАДОВОЇ ЧАСТИНИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

ROLE AND IMPORTANCE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A COMPONENT OF FINANCIAL MANAGEMENT OF ENTERPRISES

УДК 334.021:336.6

Костецький В.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання і страхування Тернопільський національний економічний університет

Рендович П.М.

к.е.н., доцент кафедри фінансів суб'єктів господарювання і страхування Тернопільський національний економічний університет

У статті висвітлено питання корпоративної соціальної відповідальності в ринкових умовах господарювання, розглянуто підходи до сутності поняття «соціальна відповідальність». Запропоновано концептуальний підхід до формування принципів соціальної відповідальності бізнесу та розроблено науково-практичні рекомендації щодо їх реалізації.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоративна соціальна відповідальність, соціально орієнтована поведінка підприємства, соціальні інвестиції, соціальне партнерство.

В статье освещены некоторые вопросы корпоративной социальной ответственности в рыночных условиях хозяйствования, рассмотрены подходы к сущности понятия «социальная ответственность». Предложен концептуальный подход к фор-

мированию принципов социальной ответственности бизнеса и разработаны научно-практические рекомендации по их реализации.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоративная социальная ответственность, социально ориентированное поведение предприятия, социальные инвестиции, социальное партнерство.

The article highlights some issues of corporate social responsibility in market conditions, considered approach to the notion of «social responsibility». Conceptual approach to the formation of corporate social responsibility and development of scientific and practical recommendations for their implementation.

Key words: social responsibility, corporate social responsibility, socially oriented enterprise behavior, social investment, social partnership.

Постановка проблеми. Розвиток українського бізнесу, інтеграція України до світової економічної системи ставлять перед українськими підприємствами нові питання, одне з яких пов'язане із соціальною відповідальністю, їх здатністю та бажання на добровільних засадах сприяти реалізації соціальних потреб своїх співробітників і регіону, в якому працюють підприємства.

Сьогодні змінюються суть бізнесу й уявлення про його цілі та основні функції. В інформаційному постіндустріальному суспільстві з більшою силою заявляє про себе пошук і побудова цивілізованої моделі відносин між бізнесом та суспільством, а тому стає очевидною суспільна потреба в соціально відповідальному підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Участь суб'єктів господарювання у вирішенні соціальних проблем як принцип корпоративного управління стала предметом досліджень, наукових дискусій українських і зарубіжних учених, представників бізнесу і громадських діячів. Вагомий внесок у розвиток наукових уявлень про соціальну відповідальність бізнесу зробили Х.Р. Гальчак [1], М.І. Корсаков [3], П.Б. Левін [2], С.Є. Литовченко [3], Л.П. Марчук [4], М. ван Марревік [13], М.І. Мурашко [6], О.П. Мишковська [5], Є.Н. Тумілевич [9], В.Г. Шаповаленко [10] та ін. У працях вищезазначених науковців узагальнено та систематизовано сучасні моделі проникнення соціальної відповідальності в управління підприємствами. Проте, незважаючи на активізацію наукових пошуків у цьому напрямі, в Україні й

досі відсутні системні дослідження з комплексного розв'язання проблеми підвищення рівня соціальної відповідальності суб'єктів господарювання як складової частини управління їхніми фінансами.

Постановка завдання. Метою дослідження є розгляд та поглиблення теоретичних положень сутності корпоративної соціальної відповідальності, аналіз основних мотивів соціальної відповідальності в управлінні підприємством, формування принципів соціальної відповідальності бізнесу та розробка науково-практичних рекомендацій щодо їх реалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концептуальний підхід соціальної відповідальності бізнесу передбачає рівень розвитку підприємства, достатнього для її здійснення як у межах вимог, установлених законодавством, так і понад ними [2, с. 128]. У такому розумінні відповідальність це не тільки категорія права та етики, але й економіки та фінансів. Із точки зору правових норм відповідальність відбиває моральне ставлення до людей і суспільства, з економічної – достатність матеріальних ресурсів для вирішення соціальних проблем.

Соціальна відповідальність (social responsibility) – відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору й етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегро-

вана в діяльність усієї організації, застосовується у її взаєминах [11].

Корпоративна соціальна відповідальність є не просто сучасною концепцією, що лежить в основі PR-заходів підприємств. Це необхідна складова частина функціонування будь-якого успішного суб'єкта господарювання, метою якого є досягнення лідерських позицій на ринку та їх збереження. Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства, який здійснюється за допомогою соціальних інвестицій, спрямованих на професійний розвиток і соціальний захист персоналу, підтримку охорони здоров'я, спорту, культури, освіти, охорону навколишнього середовища тощо [9, с. 30].

У сучасних умовах відсутнє єдине визначення корпоративної соціальної відповідальності. Це призводить до спотворення первинного її значення та неправильного трактування очікуваних результатів від її впровадження на підприємстві. Для кращого розуміння цього явища корисно познайомитися з різними визначеннями корпоративної соціальної відповідальності.

На думку С.Є. Литовченко і М.І. Корсакова, «соціальна відповідальність – це здатність і бажання бізнесу з власної волі займатися питаннями, не лише прямо не пов'язаними із виробництвом, реалізацією товарів і послуг, але і з благополуччям суспільства тієї країни, в якій компанія працює, а суспільство – це споживачі продукції компанії, співробітники компанії, а також їх сім'ї» [3, с. 61].

Західними авторами тема корпоративної соціальної відповідальності здебільшого розглядається через призму сталого розвитку. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності показує прагнення компаній добровільно і самостійно вирішувати найбільш нагальні проблеми суспільства. Наприклад, Європейська Комісія дає таке визначення корпоративної соціальної відповідальності: «Корпоративна соціальна відповідальність за своєю суттю є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у поліпшенні розвитку суспільства і захисту навколишнього середовища» [12]. Дане визначення корпоративної соціальної відповідальності не зобов'язує компанії проводити громадські заходи. Діяльність, спрямована на поліпшення життя суспільства, носить добровільний характер.

Професор М. ван Марревік з Еразмус університету у Роттердамі (Нідерланди), одного з провідних навчальних і наукових центрів із вивчення корпоративної соціальної відповідальності, представляє таке визначення: «Корпоративна соціальна відповідальність – це включення соціальних і екологічних питань у процес бізнесу та його взаємодія із зацікавленими сторонами» [13].

Із наведених вище визначень випливає, що в корпоративну соціальну відповідальність включені два рівні відповідальності – відповідальність у сфері соціально-економічних відносин, частиною яких є соціально-трудова відносина, і відповідальність, що виникає в результаті діяльності організації, яка має наслідки для навколишнього зовнішнього середовища, тобто екологічна відповідальність.

Корпоративна соціальна відповідальність виражається у таких факторах, як:

- створення робочих місць;
- виплата регулярної заробітної плати своїм працівникам і внесення свого вкладу в їх соціальне забезпечення;
- інвестиції в розвиток людського потенціалу;
- партнерські програми;
- проекти розвитку місцевого та регіонального значення;
- повна сплата всіх видів податків [10, с. 81].

Економічні регулятори корпоративної соціальної відповідальності – це матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові кошти підприємства, що направляються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів громадянського суспільства, у припущенні, що у стратегічному відношенні підприємством буде отримано соціальний та економічний ефект. При будь-якому ставленні до корпоративної соціальної відповідальності слід зазначити, що її розвиток створює більш сприятливі умови для поліпшення соціального клімату в громадянському суспільстві та служить справі підвищення якості життя населення.

Соціальна відповідальність бізнесу – це сучасна філософія поведінки бізнесу, зорієнтована на свідоме та системне врахування у діяльності підприємства інтересів зацікавлених сторін [5, с. 127].

Основними зацікавленими сторонами компанії є такі цільові групи, як: акціонери; інвестори; співробітники; державні структури; споживачі (фізичні та юридичні особи); ділові партнери, професійні спільноти, суспільство в цілому.

Система організаційного забезпечення корпоративної соціальної відповідальності являє собою взаємопов'язану сукупність внутрішніх служб і підрозділів підприємства, які покликані забезпечувати розробку та прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів його соціальної діяльності та несуть відповідальність за результати цих рішень.

Говорячи про сутність корпоративної соціальної відповідальності, потрібно розкрити низку функцій, які вона виконує:

1. Досягнення цілей сталого розвитку суспільства, під якими розуміється задоволення потреб нинішнього покоління без створення загроз для задоволення потреб майбутніх поколінь.

2. Врахування інтересів суспільства та підвищення якості життя основних зацікавлених сторін.

3. Формування і розвиток діалогу стейкхолдерів – постійна взаємодія із зацікавленими сторонами з метою врахування їх думок та очікувань у процесі прийняття та реалізації управлінських рішень.

4. Включення до процесу бізнесу не тільки економічних питань, а й соціальних та екологічних [10, с. 82].

Це дасть підприємствам змогу керувати впливом своєї діяльності на суспільство і навколишнє середовище й бути відповідальними за його наслідки. При цьому суб'єктам господарювання важливо розуміти, що корпоративна соціальна відповідальність не є обов'язковим доповненням до їх основної діяльності та не обмежується філантропією.

Корпоративна соціальна відповідальність сприяє більш ефективному досягненню підприємствами їх стратегічних цілей, оскільки дає змогу здійснювати довгострокові інвестиції у створення сприятливого соціального середовища.

Політика соціальної відповідальності в розвинутих країнах світу є сьогодні невід'ємною частиною діяльності будь-якої компанії. За кордоном побудовані й регламентовані взаємовідносини бізнесу і влади в частині соціальної відповідальності, розвинуте відповідне податкове і трудове законодавство, існує багаторічна практика застосування стандартів корпоративного управління [7, с. 24].

В Україні про соціальну відповідальність бізнесу стали говорити порівняно недавно. У радянський період соціальна відповідальність підприємств визначалась «зверху» – державою. У період становлення незалежності це питання було практично закрите.

На сучасному етапі, як і раніше, соціальна відповідальність продовжує бути орієнтованою на найближче коло стейкхолдерів – державу, власників і персонал (та організації, які його представляють). Ширше коло зацікавлених сторін (місцеві співтовариства, територіальні громади, регіони, постачальники, споживачі) практично усунуті з цього процесу. Це відбувається здебільшого через те, що основними рушійними силами процесів упровадження корпоративної соціальної відповідальності є поки що незначна кількість великих компаній, які, проводячи первинне публічне розміщення акцій на міжнародних фондових біржах, вимушені сприймати умови потенційних акціонерів, підвищуючи, таким чином, вартість своїх акцій.

В умовах бідного регіону (що характерно для більшості областей України) взаємодія влади та бізнесу будується за моделлю епізодичної кооперації. Для неї визначальною є відсутність стратегічної складової в цих відносинах, заміна її епізодичними ініціативами з боку влади або бізнесу

щодо спільної участі у вирішенні соціальних проблем. Однією з вагомих причин такого стану є відсутність розвинених інституціональних форм взаємодії влади та бізнесу у вигляді довгострокових угод, які характерні для регіонів, де працюють великі транснаціональні компанії [6, с. 118].

В українських реаліях соціальна відповідальність бізнесу скоріше носить показовий характер на тлі відвертого бажання бізнес-структур збагатитися за будь-яких обставин. Це не можна вважати дивним, адже у вітчизняній економіці лише закладено основи ринкового типу господарювання, де відбувається процес первинного нагромадження капіталу. Але по мірі відпрацювання ринкових засад функціонування економіки зміст бізнес-діяльності буде змінюватися не тільки в економічному відношенні, але й у соціальному.

Останніми роками ситуація поступово змінюється, і все більше українських підприємств починають звертатися до концепції соціальної відповідальності, що пов'язано з новими ринковими умовами. Крім того, вже багато керівників розуміють, що реалізація принципів соціальної відповідальності, по суті, є створенням системи управління ризиками, направленої на довгостроковий розвиток бізнесу і зростання його вартості на світових фінансових ринках. Водночас значна кількість керівників розглядають витрати на соціальні програми лише як вимушені затрати.

Управління фінансами підприємства в підсумку спрямоване на підвищення ефективності вкладень, що виражається у співвідношенні результатів фінансово-господарської діяльності підприємства та понесених при цьому сукупних витратах. Це значною мірою стосується і соціальних результатів виробництва у максимізації добробуту працівників.

Дана мета порівняно з цільовою установкою отримання максимального прибутку більш оптимальна, оскільки вона враховує: зростання добробуту акціонерів у майбутньому; розподіл у часі надходження прибутку, вхідних грошових потоків; ризики та невизначеність; доходи акціонерів.

До соціальних інвестицій відносяться всі витрати підприємства на реалізацію соціальних програм, включаючи витрати на соціальний розвиток колективу, забезпечення екологічної безпеки, охорону праці та виробництва, зростання виробничого потенціалу тощо [8, с. 80].

Для збереження ресурсів і створення стійкого розвитку необхідно дотримуватися таких принципів:

- створювати якомога більше робочих місць;
- інвестувати в розвиток виробництва і людського потенціалу;
- створювати взаємовигідні відносини зі сторонами, які мають взаємну зацікавленість;
- виробляти якісну продукцію і послуги для споживачів;

- виконувати вимоги податкового, трудового, екологічного законодавства;
- враховувати суспільні очікування і загальноприйняті етичні норми під час ведення справ;
- здійснювати внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми та проекти суспільного розвитку;
- піднімати ефективність бізнесу, орієнтованого на створення доданої вартості й підвищення національної конкурентоспроможності в інтересах акціонерів і суспільства.

Правильно впроваджена концепція соціальної відповідальності бізнесу може забезпечити низку конкурентних переваг для підприємства, таких як: ширший доступ до капіталу та ринку, більші обсяги продажів та прибутків, покращання процесу прийняття рішень та управління ризиками, економія операційних витрат, зростання продуктивності та якості, ефективна база людських ресурсів, міцна репутація, більша лояльність покупців тощо.

Дотримуючись принципів соціальної відповідальності, організація максимізує свій результат у довгостроковій перспективі, що, з одного боку, мотивує до дотримання корпоративної соціальної відповідальності, а з іншого – здійснює позитивний ефект на суспільство в цілому. Таким чином, бізнес реалізує свої основні потреби у виживанні, економічній безпеці та стабільності.

Висновки з проведеного дослідження. Соціальна відповідальність є важливою складовою частиною ефективного управління підприємством. Передумовою цього повинен стати розвиток відносин соціального партнерства на рівні як усього суспільства, так і окремих підприємств. Основною метою діяльності підприємств у соціальній сфері є підвищення людського потенціалу, а важливим інструментом її реалізації повинно стати соціальне планування.

В умовах ринкового господарювання соціальна відповідальність підприємств є важливою складовою частиною їх ділової репутації, і залежить вона як від цілей власника підприємства, так і від самого підприємства як організації. Однак необхідність соціальної відповідальності бізнесу для більшості українських підприємств усе ще не очевидна, оскільки в них сьогодні інші пріоритети.

Тому краще і ширше впровадження соціальної відповідальності бізнесу українськими підприємствами може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращати доступ підприємств з українським капіталом на міжнародні ринки, підви-

щити їх капіталізацію та забезпечити сталий розвиток країни загалом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Гальчак Х.Р. Соціальна відповідальність бізнесу в ринкових умовах господарювання / Х.Р. Гальчак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10938/1/20.pdf>.
2. Левін П.Б. Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Україні / П.Б. Левін // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2009. – Випуск 15. – С. 128–131.
3. Литовченко С.Е. Корпоративная социальная ответственность: общественные ожидания / С.Е. Литовченко, М.И. Корсаков. – М. : Ассоциация менеджеров, 2003. – 100 с.
4. Марчук Л.П. Соціальна відповідальність як визначальна стратегія розвитку сучасного бізнесу / Л.П. Марчук // Науковий вісник МДУ імені В.О. Сухомлинського: Економічні науки. – 2014. – Випуск 5.2(101). – С. 51–56.
5. Мишковська О.П. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу / О.П. Мишковська // Наукові праці ЧДУ ім. П. Могили. Соціологія. – 2012. – Випуск 189. – Том 201. – С. 127–130.
6. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М.І. Мурашко // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dse.org.ua/arcive/12/11.pdf>.
7. Политика социальной ответственности – неотъемлемая часть деятельности любой компании // Век качества. – 2010. – № 1. – С. 24–25.
8. Проскурин В. Социальная ответственность менеджмента как составная часть управления финансами предприятия / В. Проскурин // Финансовая жизнь. – 2013. – № 1. – С. 77–81.
9. Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании / Е.Н. Тумилевич // Российское предпринимательство. – 2012. – № 23(221). – С. 30–37.
10. Шаповаленко В.Г. Корпоративная социальная ответственность: понятие и сущность / В.Г. Шаповаленко // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – 2013. – № 5(31). – С. 79–84.
11. ISO 26000 – Справочник по вопросам обеспечения корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bsigroup.com/ru-RU/ISO-26000/>.
12. The Challenges of Corporate Social Responsibility. Towards Constructive Partnership, 2000. The Phillip Morris Institute for Public Policy Research ASBL. Brussels: 24.
13. Zwetsloot, G. and M. van Marrewijk, 2003. Corporate Sustainability & Social Responsibility. Pre-Conference: EFQM Learning Edge: Social Dimensions of Organizational Excellence, June: 36.