УДК 330.341.

Мосійчук І. В.

к.е.н.,

Житомирський державний університет імені Івана Франка

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ОСНОВА СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В статті визначено соціально-економічну сутність корпоративної соціальної відповідальності, наведено ознаки сучасного економічного розвитку держави, запропоновано шляхи виведення української економіки в напряму створення реальних умов для її стійкого розвитку та успішної діяльності великих корпоративних структур як провідників промислової, інноваційної, науково-технологічної та соціально-відповідальної політики.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, соціальна відповідальність підприємства, розвиток економіки, конкурентний ринок, сучасна економіка.

Постановка проблеми. Інтереси України на національному та державному рівні вимагають вирішення стратегічних проблем розвитку нашої країни через різноманітні задачі та питання, які пов’язані з жорсткою конкурентною боротьбою, котра вже сьогодні має місце на внутрішньому та зовнішньому ринках між вітчизняними та іноземними виробниками товарів і послуг, які стали помітними в конкуренції великих та малих підприємств, компаній, організацій в економічних, технічних, соціальних сферах, які виборюють своє місце в сучасній інноваційній економіці за рахунок сталого розвитку та ведення соціально відповідального підприємництва. На сьогоднішній день сталий економічний розвиток визначається не як фактор наявності сировини або ринків збуту, а як можливість для підприємств долучитися до ринку висококваліфікованих трудових ресурсів, наукових винаходів та новітніх технологій, який неможливий без становлення інноваційної моделі розвитку та принципів корпоративної соціальної відповідальності, які працюють в кругообігу: «освіта – наукові дослідження та розробки – виробництво товарів та послуг – етика бізнесу – сучасний ринок» [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішення питань та проблем з інноваційного розвитку та соціально відповідального підприємництва розглядаються в

працях багатьма зарубіжними і вітчизняними дослідниками та науковцями такими як: Брун М., Девіс К., Карнегі Е., Котлер Ф., Фрідмен М., Гордина В., Ілляшенко С., Стародубська М. [1, 8].

Вирішенню питань та проблем, пов'язаних з розвитком і впровадженням корпоративної соціальної відповідальності, присвячено праці зарубіжних дослідників та науковців, зокрема таких як Керролла А. [9], Котлера Ф. [11], Маквильямс А. [6], Портер М. [13]. Також, теоретичні питання щодо необхідності впровадження принципів КСВ розглядаються у вітчизняній літературі в працях таких вчених як: Баюра Д. [7], Будьонна Л. [8], Жуковської В. [10], Мельник С. [12].

Аналіз літератури показує, що досить велика увага приділялася загальнотеоретичним питанням, підходам і моделям корпоративної соціальної відповідальності, факторам, що впливають на впровадження корпоративної соціальної відповідальності. Проте, оцінка економічного та соціального ефекту від впровадження корпоративної соціальної відповідальності, покращення ефективності корпоративної стратегії все ще залишається малодослідженою та складною проблемою.

Недостатньо дослідженим в українському науковому середовищі попри все залишається питання поєднання двох вкрай важливих складових: інноваційного розвитку економіки та корпоративної соціальної відповідальності підприємництва, в умовах глибокого, докорінного реформування економіки, мета якого не лише прибутковість бізнесу та економічне зростання підприємств, а в першу чергу, набуття ним соціальної відповідальності перед суспільством, що становить основу стабільного економічного розвитку держави.

Формування цілей статті. Метою статті є визначення впливу корпоративної соціальної відповідальності підприємств на інноваційний розвиток сучасної економіки України.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх 10 років одним з пріоритетних напрямів розвитку бізнесу, особливо, великого, є розбудова етичної поведінки із певними зацікавленими групами впливу, яка останнім часом охоплюється поняттям «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ, Corporate Social Responsibility, CSR).

Економічною наукою доведено і підтверджується практикою, що для забезпечення стійкого розвитку соціальна відповідальність бізнес-організацій має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проектів інноваційного розвитку. Не потребує спеціальних доведень

твердження, що організація – це не просто економічна цілісність [3]. Сучасна організація є органічною частиною складної, взаємозв'язаної, взаємозалежної сукупності інститутів. Останні справляють значний вплив на організацію, виступаючи в ролі споживачів, постачальників, органів влади, посередників, арбітрів тощо. У цій непростій мережі відносин переплетені економічні, соціальні, екологічні, політичні інтереси, мотиви і прагнення [7].

Корпоративна соціальна відповідальність у найбільш загальному тлумаченні – це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементований у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому.

За останні роки інститут корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) пройшов шлях від організаційно-управлінської екзотики глобальних корпорацій до стандартних технологій упровадження цього феномену в практику організацій різноманітних форм власності і господарювання, різних розмірів та видів економічної діяльності, що функціонують у всьому світі. Створення спеціальних підрозділів і координаційних груп з упровадження системи КСВ, уведення в організаційну структуру управління компаніями посади віце-президента з КСВ, упровадження етичних кодексів і корпоративної культури, пронизаної духом соціальної активності та відповідальності, розроблення проектів соціального інвестування, підготовка і публікація соціальних (нефінансових) звітів – далеко не повний перелік управлінських інновацій, що нині широко застосовуються в практиці як бізнес-структур, так і інших організацій. Так, за наявними даними у 2010 р. у світі було опубліковано близько 4000 звітів із соціальної відповідальності компаній, що більш як учетверо перевищує рівень 2000 року [10].

Існують різні точки зору про місце великого бізнесу в розвитку вітчизняної економіки і відповідно, його ролі в становленні і розвитку КСВ. Як показує досвід усіх успішних країн, великий бізнес є каркасом національної економіки, її основним представником у світовому господарстві, найважливішим партнером і опонентом держави при виробленні і здійсненні промислової політики. Але основну частину зайнятості, доходів і податків, а також інновацій приносить середній бізнес (природно,

за масштабами відповідних країн). Класичний же малий бізнес виконує головним чином соціальні функції, забезпечуючи величезній кількості людей прийнятний рівень доходу і статус, а деякій їх частині – ще і підприємницький досвід плюс початковий капітал для кар'єрного зростання.

Інтереси великого бізнесу в Україні, як правило, протиставляються інтересам українців. Великий вітчизняний бізнес вважає за краще самостійно приймати рішення у сфері КСВ, не вступаючи у взаємодію із зацікавленими сторонами. При цьому він грає і гратиме більшу, ніж в інших країнах, роль в процесах впровадження, тиражування і поширення інновацій. Але темпи і якість зростання, інноваційна активність в економіці залежать не лише від великого, але і від середнього бізнесу. Саме останній повинен виступити головним мотором економічного розвитку України [6].

У світовій практиці розвитку корпоративної соціальної відповідальності приділяється значна увага. Велика кількість компаній в останнє десятиліття розпочали, крім річних звітів, публікувати інформацію про екологічні аспекти своєї діяльності і про те, який вклад у розвиток суспільства вносить компанія. Так, у США такі нефінансові звіти називають звітами про корпоративне громадянство та корпоративну стійкість, у Європі – корпоративними соціальними звітами, а в Японії – екологічними звітами. Нині більшість фахівців у сфері корпоративної соціальної відповідальності схиляються до того, що такі звіти мають називатися «корпоративними соціальними звітами» і стати ефективним публічним інструментом інформування акціонерів, співробітників, партнерів і всього суспільства про те, як і якими темпами компанія реалізує закладені у своїй місії або стратегічних планах розвитку цілі економічної стійкості, соціального добробуту та екологічної стабільності. Корпоративний соціальний звіт розкриває інформацію про пріоритети та цінності компанії, про її відносини з пов’язаними з нею організаціями та соціальними групами, а також про ступінь інтеграції принципів корпоративної соціальної відповідальності в діяльності компанії [3].

Маємо констатувати, що в останні роки сформувався чіткий, усвідомлений запит з боку бізнесу на дослідження проблематики соціальної відповідальності. Провідні світові компанії активно підтримують проведення багатопланових досліджень у царині соціальної відповідальності, ініціюють обговорення проблематики КСВ на рівні найавторитетніших ділових урядових та міжурядових форумів за участі представників бізнесу, науковців, урядовців, представників інститутів громадянського суспільства [4].

Компанії, які беруть активну участь у вирішенні соціально значимих проблем, можуть внести вагомий вклад у формування суспільного договору, вибудовувати свою стратегію розвитку, передбачаючи можливості та загрози, що несуть із собою нові суспільно-політичні та економічні процеси в державі. Це означає, що систему взаємовідносин підприємства і суспільства, можна представити (рис. 1) у трьох взаємопов'язаних між собою рівнях, зокрема суспільно-політичні домовленості в межах соціальної відповідальності суспільства й організацій, організацій та їх керівників, та самого керівника і суспільства.

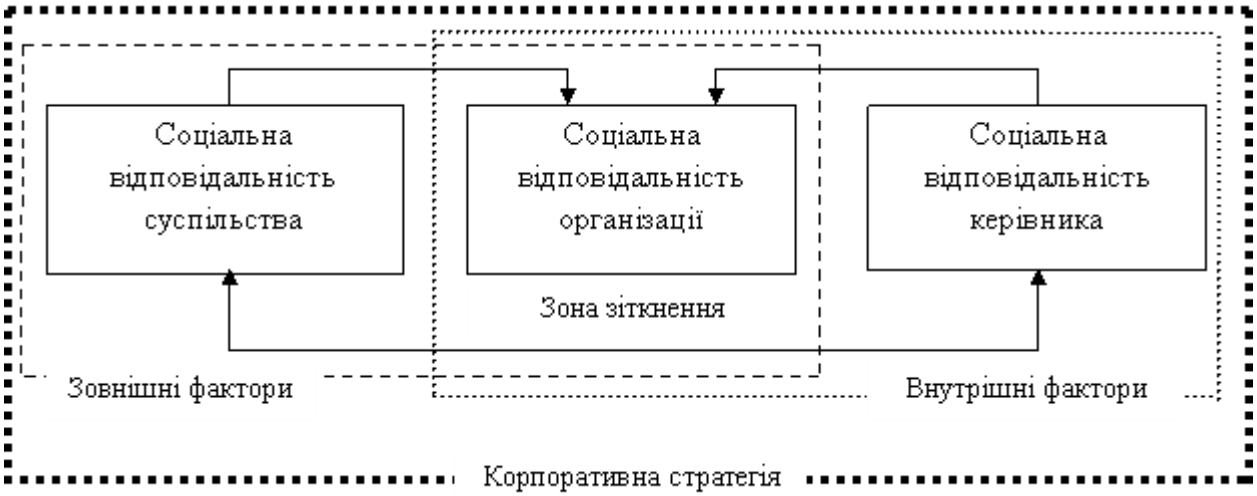

Рис. 1. Взаємозв'язок корпоративної стратегії бізнесу та корпоративної соціальної відповідальності [10]

Опанування надбань різних авторів та наукових шкіл, глибоке усвідомлення логіки побудови теоретичних конструкцій у царині КСВ може і повинне стати запорукою розробки та впровадження сучасних корпоративних проектів з активізації соціальної відповідальності, які пронизані духом морально-духовних цінностей, корпоративного громадянства і водночас «працюють» на прирощення соціальних ресурсів, стійкий розвиток бізнес-організацій.

Корпоративна соціальна відповідальність сьогодні – це основний чинник формування корпоративної стратегії, що являє собою сферу діяльності корпоративних структур, пов’язану з добровільно узятими на себе соціальними зобов’язаннями щодо зацікавлених груп і суспільства в цілому.

При формуванні корпоративної стратегії необхідно визначити та розробити заходи, які б дозволили підвищити конкурентоспроможність українських компаній, серед яких можна запропонувати наступні:

– включати стратегічні заходи КСВ в стратегію корпоративного розвитку, започаткувавши стандарти звітності у своїй програмі соціально відповідального ставлення підприємства у майбутньому, з урахуванням принципів соціальної відповідальності;

– впроваджувати політику відповідального ставлення організації до своїх найманих працівників, підтримувати та розвивати позицію активного громадянства, навчати персонал соціальній відповідальності на рівні з іншими бізнес-цілями, в системі оцінки персоналу ввести компетенцію «корпоративна соціальна відповідальність працівника»;

– започаткувати діалог із групами впливу, як інструмент отримання інформації щодо оптимізації соціальних програм та мінімізації ризиків підприємства. Виховувати соціальну відповідальність всіх груп впливу, як з боку бізнесу, так і зацікавлених сторін поза бізнесом;

– створити спеціалізовані підрозділи (для великих за розміром та масштабом діяльності підприємств), до компетенції яких входила діяльність з управління КСВ, або, якщо це не є можливим (йдеться про малий бізнес), уведення окремої посади (функції), відповідальної виключно за адміністрування цієї діяльності;

– впровадити принципи корпоративної соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого самоврядування;

– збільшити бюджети організацій на заходи з КСВ.

Основними мотивами, які спонукають вітчизняні та зарубіжні компанії підвищувати корпоративну соціальну відповідальність можуть бути такі:

– розвиток персоналу компанії, що не лише запобігає плинності кадрів, але й дозволяє залучати кращих спеціалістів із ринку праці;

– потреба забезпечити зростання продуктивності праці в компанії;

– покращення іміджу та репутації компанії;

– реклама товарів і послуг;

– висвітлення діяльності компанії в засобах масової інформації;

– стабільність і стійкий розвиток компанії в довгостроковій перспективі;

– можливість залучення інвестиційного капіталу для розвитку соціально-відповідальних компаній;

– збереження соціальної стабільності в суспільстві;

– впровадження пільгового оподаткування.

Висновки. Отже, в цілому, виростання партнерства держави та КСВ підприємства можна розглядати як інструмент економічного зростання, що сприятиме впровадженню ринкових, соціально-етичних принципів в управлінні підприємствами інфраструктурних галузей.

Опанування надбань різних авторів та наукових шкіл, глибоке усвідомлення логіки побудови теоретичних конструкцій у царині КСВ може і повинно стати основою розробки та впровадження сучасних корпоративних проектів з активізації соціальної відповідальності, які пронизані духом морально-духовних цінностей, корпоративного громадянства і водночас «працюють» на приріст соціальних ресурсів, стійкий розвиток бізнес-організацій.

Одним із шляхів розв'язання цілої низки стратегічних завдань може бути прогнозування можливостей взаємовідносин між такими системами «наука – інновація – соціально відповідальне підприємство – держава». Майбутнє соціально відповідального бізнесу в Україні залежить від визначення важливості соціальних питань для компаній. Посилення ролі держави в інноваційній сфері української економіки повинне бути націлене на підвищення ефективності державної інвестиційної політики при стимулюванні корпоративних інвестицій.

Список використаної літератури

1. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – №10.

2. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика : посібник / [М. А. Саприкіна, М. А. Саєнсус, А. Г. Зінченко та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. на- ук, проф., засл. діяча науки і техніки України О. С. Редькіна. – К.: Фабований лист, 2011.

3. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер, Н. Лі // Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства Пер. з анг. С. Яринич. – К.: Стандарт, 2005. – С. 4.

4. Проект Концепції соціального розвитку України на 2013-2023 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mlsp.gov.ua/control/uk/publish /article?art_id=153212- &cat_id=107177

5. Публікація ООН в Україні «Соціальна відповідальність бізнесу, розуміння та впровадження». – К.: 2005.

6. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку: монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.]; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота. – К.: КНЕУ, 2012.

7. Стародубська М. Ефективність соціальних проектів потрібно виміряти / М. Стародубська // Новий маркетинг. – 2006. – №8. – С. 36-42.

8. Стан та перспективи розвитку економіки України в умовах глобалізації: теорія та практика / Під ред. д.е.н., проф. О. О. Непочатенко. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2014. – Частина 1.

9. Стратегія економічного та соціального розвитку України «Шляхом європейської інтеграції на 2004-2015 роки» від 28 квітня 2004 року №493/2004 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show /493%D0%B0/2004

10. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to increase its Profit // New York Times Magazine. – September, 13, 1970. – p. 122-126.

11. Rostou. Y. The Stages of Economic Growth: A Non-Communist. – N.Y., 1981.

12. Accelerating CSR in New Europe. – [Electronic resource]. – Available from: http://www. acceleratingcsr.kryptis.lt/en/about/140

13. The 2014 Sustainability Leaders report: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.globescan.com/ component/edocman/?view=document&id=103&Itemid =591

МОСИЙЧУК И. В. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ОСНОВА СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ

В статье определена социально-экономическая сущность корпоративной социальной ответственности, приведены признаки современного экономического развития государства, предложены пути вывода украинской экономики на путь создания реальных условий для ее устойчивого развития и успешной деятельности крупных корпоративных структур как проводников промышленной, инновационной, научно-технологической и социально-ответственной политики.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, социальная ответственность предприятия, развитие экономики, конкурентный рынок, современная экономика.

MOSIICHUK I. V. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS THE BASIS OF A MODERN ECONOMY OF UKRAINE

In the article the socio-economic essence of corporate social responsibility are the features of modern economic development, the ways of bringing the Ukrainian economy on the path of creating real conditions for its sustainable development and successful operation of large corporate structures as industry leaders, innovation, scientific and technological and social responsible policy.

Keywords: corporate social responsibility, social responsibility of enterprises, the economy, a competitive market, the modern economy.