О.В. БАУЛА,
студент Київський національний університет технологій та дизайну
Л.М. ГАНУЩАК–ЄФІМЕНКО,
д.е.н, доц., зав кафедри підприємництва Київський національний університет технологій та дизайну

Сучасні аспекти формування корпоративно–соціальної відповідальності в Україні

В статті досліджено теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності обгрунтовано вплив практик корпоративної соціальної відповідальності на соціально–економічний розвиток бізнесу. Виокремлено сучасні теоретичні та практичні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: *соціальна відповідальність бізнесу, тріада «бізнес–держава–суспільство», моделі соціальної відповідальності, соціальна діяльність.*

О.В. БАУЛА,
студент Киевский национальный университет технологий и дизайна
Л.М. ГАНУЩАК–ЄФІМЕНКО,
д.э.н, доц., зав кафедры предпринимательства Киевский национальный университет технологий и дизайна

Современные аспекты формирования корпоративно–социальной ответственности в Украине

В статье исследованы теоретические основы корпоративной социальной ответственности обоснованно влияние практик корпоративной социальной ответственности на социально–экономическое развитие бизнеса. Выделены современные теоретические и практические аспекты формирования корпоративной социальной ответственности в Украине.

Ключевые слова: *социальная ответственность бизнеса, триада «бизнес–государство–общество», модели социальной ответственности, социальная деятельность.*

L. GANUSHCHAK–YEFIMENKO,
Doctor of Economics, Head of the Department Entrepreneurship and Business Kiev National University of Technologies and Design
O. BAULA,
student Kiev National University of Technologies and Design

Modern aspects of corporate social responsibility in Ukraine

In the article the theoretical principles of corporate social responsibility practices reasonably impact of corporate social responsibility for social and economic development of the business. Thesis there is determined modern theoretical and practical aspects of corporate social responsibility in Ukraine.

Keywords: *corporate social responsibility, triad «business–state–society» model of social responsibility, social activities.*

Постановка проблеми. На сьогоднішній день корпоративно–соціальна відповідальність (далі КСВ) в Україні знаходиться на стадії свого становлення.

Найактивнішими у цій сфері є представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства. В Україні ще не сформувалася власна модель КСВ. Оскільки більшість вітчизняних компаній за даними соціального опитування відносять дану функцію до прерогатив держави.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Реакцією на потребу розбудови успішних прикладних систем корпоративно–соціальної відповідальної діяльності стала поява в цій царині цілої низки концепцій, які містять результати наукового опрацювання питань корпоративно–соціальної відповідальності бізнес–структур. Наукова думка з даної проблематики сконцентрована в наступних концепціях:

– базова концепція корпоративної соціальної відповідальності (1950–1970–ті рр.);

– концепція корпоративної соціальної сприйнятливості (1970–1990–ті рр.);

– концепція корпоративної соціальної діяльності (1980–2000–ні роки).

Проте аналіз літературних джерел свідчить, що світова економічна думка й далі продукує нові теоретичні розробки, концептуальні положення, які поповнюються новими елементами, перш за все управлінського та соціоекономічного характеру [9].

Метою статті є обґрунтування сучасних теоретико–методичних та практичних аспектів формування корпоративно–соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу. Щодо процесу розвитку КСВ в Україні, то його умовно можна поділити на наступні етапи:

 © О.В. БАУЛА, Л.М. ГАНУЩАК–ЄФІМЕНКО, 2016

1. Дотримання діючого законодавства – компанії виконують нормативно–правові норми, визначені законодавством країни.

2. Здійснення доброчинної діяльності – компанії надають спонсорські внески на соціальні проекти проте не систематично а періодично.

3. Використання зв'язків з громадськістю (PR) – задля підвищення власної репутації та формування конкурентних переваг компанії реалізують соціальні проекти, які в основі своїй націлені на розвиток зв'язків з громадськістю завоювання лояльності до бренду.

4. Покращення ефективності бізнес процесів – компанії здійснюють проекти, які призводять до зростання прибутковості діяльності та вирішення соціальних та екологічних питань. Часто такі проекти пов'язані із економією ресурсів. Слід відмітити, що впродовж останніх п'яти років великий український бізнес активно впроваджував такі точкові покращення поза КСВ.

5. Стратегічний підхід до КСВ – компанії визначають власною стратегію бізнесу, яка охоплює основні бізнес–процеси компанії (виробництво, продажі, маркетинг, тощо), визначає середньо– та довгострокові вектори розвитку на ринку [4].

Відмінні риси соціальної діяльності українських підприємств, які у своїй роботі виділяє Дудкін О.І. це: 1) відсутність у сучасній Україні укорінених традицій соціально відповідального підприємництва і, як наслідок, сформованої ідеології соціальної поведінки для бізнесу в цілому; 2) велика кількість форм соціальної діяльності викликана тим, що кожне підприємство самостійно шукає оптимальний варіант соціальної активності на ринку. При цьому кожна окрема компанія намагається досягти оптимального балансу соціальних інвестицій і економічної ефективності; 3) проведення соціальної політики в багатьох випадках є вимушеною і необхідною реакцією на запит місцевої влади або обов'язковою мірою по нормалізації соціального становища у регіоні; 4) відсутність з боку держави законодавчо встановлених рамок, що регулюють соціальну діяльність, та відсутність чітких процедур, якими можна було б керуватися у виборі напрямків соціальної активності; 5) вибір форм і напрямків соціальної відповідальності носить випадковий характер і залежить від власників і топ–менеджменту компанії; 6) неоднорідність коштів, що витрачаються на соціальні програми для працівників компаній. Існує велика різниця у розмірах соціальних пільг, що отримують рядові працівники та висококваліфікований персонал; 7) існування суттєвих розбіжностей між розумінням пріоритетних напрямків соціальної відповідальності з боку суспільства та з боку бізнесу [8].

Варто зауважити, що на даному етапі підвищується необхідність впровадження практики КСВ, що пояснюється дедалі помітнішим впливом факторів зовнішнього середовища, увагою споживача до методів функціонування бізнесу, необхідністю надання інформації по КСВ інвесторам. Перешкодами ж до поширення КСВ в Україні за результатами опитування є брак коштів, для третини підприємств (33%) — податковий тиск, для 31% — недосконаліть нормативно–правової бази, яка б сприяла впровадженню програм із соціальної відповідальності. Для інших 28% українських підприємств основними перешкодами є недостатність інформації (38,5%) і досвіду (28%) у процесі впровадження заходів із корпоративно–соціальної відповідальності, відсутність державних та недержавних організацій, які б могли допомогти (18%). Кожне десяте опитане підприємство (11%) основною перешкодою визначило відсутність або слабкість суспільного інтересу.

Основними ж стимулами за даними опитування визнали пільгове оподаткування організації зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади та ознайомлення з позитивними прикладами впровадження КСВ в світі [8].

На нашу думку, в умовах сучасного рівня розвитку КСВ доцільно розглядати в призмі трикутника «держава–суспільство–бізнес». Україна йде шляхом формування так званої змішаної моделі КСВ, яка передбачає залучення державних і суспільних інститутів у процес узгодження суспільних інтересів за умови, що бізнес зберігає автономію. КСВ бізнесу в Україні розвивається достатньо стихійно, без відповідної інституціональної підтримки та належної уваги держави.

Висновки

Таким чином, на сьогодні не сформовану українську модель корпоративної соціальної відповідальності, однак формування окремих специфічних векторних рис є на часі. Зокрема, значною мірою вектор подальшого розвитку КСВ в Україні визначатиме позиція держави. Держава як стратегічно орієнтований суб'єкт могла б «підштовхнути» бізнес до соціально спрямованих дій шляхом запровадження комплексу спеціальних стимулів: фіскальних засобів заохочення соціальної відповідальності бізнесу; активного пропагування цінностей та стандартів корпоративно–соціального відповідального бізнесу; державної підтримки національних і міжнародних ініціатив, пов'язаних із соціальною відповідальністю. Важливе місце в контексті розвитку національної моделі КСВ займає розробка вимог до розкриття інформації, упровадження стандартів формування й перевірки соціальної звітності бізнесу, створення ринку корпоративного контролю, що буде сприяти зміцненню рейтингів як окремих корпорацій, так і держави в цілому.

Затвердження національної стратегії розвитку соціальної відповідальності широка інформаційно–просвітницька кампанія з питань сутності та переваг корпоративно–соціальної відповідальності для розширення розуміння та правильної трактовки поняття КСВ; можливість отримання консультаційної он лайн допомоги з питань КСВ усунення перешкод на шляху до впровадження КСВ зокрема: податковий тиск та відсутність державної допомоги щодо створення державних стандартів та нормативів для не фінансової звітності формування наукової бази для вивчення КСВ як стратегічного елементу розвитку українського бізнесу, співпраця бізнесу і територіальних громад щодо розвитку КСВ – перераховані заходи сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності країни в умовах реалізації європейської спрямованості. Головні вектори національної моделі КСВ мають бути націлені на вирішення соціальних проблем шляхом тісної взаємодії бізнесу, держави та суспільними інститутами.

Список використаних джерел

1.Визначення: корпоративна соціальна відповідальність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://csrgender.org.ua/discrimination/53–zagalna–informaciya–pro–ksv–ta–ender.html.

2. Конфедерація роботодавців України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.confeu.org/ua/home.html.

3. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.csrjournal.com/lib/networkoverview/188–chto–takoe–sob–kso.html.

4. Корпоративная социальная ответственность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/kso/ ksobook2011.pdf.

5. Корпоративная социальная ответственность и конкурентоспособность [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://magazines.russ.ru/nz/ 2006/48 /pe5–pr.html.

6. Корпоративная социальная ответственность как неотъемлемая часть стратегии компании [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.remedium.ru/section/marketing/detail.php?ID=51469&PAGEN_1=3

7. Моделі корпоративної соціальної відповідальності бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kneu.dp.ua/moodle–new/pluginfile.php/8445/mod_resource/content/0/SVPB_7.201_8.201_0Mpdf.

8. Моделі КСВ в США і Європі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://social–responsibility.ru/sotsialnaya–otvetstvennost/sravnitelnyiy–analiz–modeley–korporativnoy–sotsialnoy–otvetstvennosti–v–ssha–evrope–i–rossii/modeli–korporativnoy–sotsialnoy–otvetstvennosti–v–ssha–i–evrope.

9. Особености формирования моделей КСО [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.inside–pr.ru/social/socialprogram/1148–osobennostiformirovaniyakso.html.

УДК 334.716+65.012.8

А.М. ВЕРГУН,
к.е.н., доцент Київський національний університет технологій та дизайну

Інформаційно–аналітичне забезпечення моніторингу рівня фінансової безпеки промислових підприємств

Стаття присвячена питанням моніторингу рівня фінансової безпеки підприємства, як елементу системи, інтегрованої в загальну систему управління підприємством, а також підготовки методичного забезпечення для здійснення процедур моніторингу. Застосування запропонованого методу сприятиме обґрунтуванню управлінських рішень щодо розробки стратегії розвитку підприємства із врахуванням стану зовнішнього середовища.

Ключові слова: *фінансова безпека підприємства, система моніторингу фінансової безпеки, інформаційно–аналітичне забезпечення системи моніторингу.*

А.Н. ВЕРГУН,
к.э.н., доцент Киевский национальный университет технологий и дизайна

Информационно–аналитическое обеспечение мониторинга уровня финансовой безопасности промышленных предприятий

Статья посвящена вопросам мониторинга уровня финансовой безопасности предприятия как элемента системы, интегрированной в общую систему управления предприятием, а также рассмотрены вопросы подготовки методического обеспечения для осуществления процедур мониторинга. Применение предложенного метода будет способствовать обоснованию управленческих решений по разработке стратегии развития предприятия с учетом состояния внешней среды

Ключевые слова: *финансовая безопасность предприятия, система мониторинга финансовой безопасности, информационно–аналитическое обеспечение системы мониторинга.*

 © А.М. ВЕРГУН, 2016