

Гетьман О.О.,
к.е.н., доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Косогор К.О.
Університет митної справи та фінансів, м. Дніпропетровськ

ПОБУДОВА МЕХАНІЗМУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Getman O.O.,
*can.d.sc.(econ.), assistant professor of HR-management
and labor economy department*
Kosohor K.O.
University of Customs and Finance, Dnepropetrovsk

CONSTRUCTION OF THE MECHANISM FOR SOCIAL RESPONSIBILITY OF DOMESTIC ENTERPRISES

Постановка проблеми дослідження. Сучасний економічний стан України, обумовлений наявністю кризових явищ в усіх сферах діяльності, вимагає від суспільства переосмислення філософії та принципів ведення бізнесу. Сьогодні запорукою успішної діяльності суб'єктів господарювання є не стільки фінансова складова, скільки високі стандарти ведення бізнесу. Досягнення позитивного результату забезпечується тільки за умов урахування інтересів споживачів, найманого персоналу, партнерів, інвесторів, акціонерів, місцевих громад, тобто за умов соціально відповідального бізнесу перед всіма задіяними сторонами, що актуалізує напрям наших наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема побудови механізму соціальної відповідальності не є новою ані у зарубіжній, ані у вітчизняній практиці. Окремі особливості і складові механізму соціальної відповідальності бізнесу фрагментарно розглянуто в наукових роботах Л.Б. Баранник [1], І.П. Булеєва, Н.Ю. Брюховецької та О.В. Черних [2], О.П. Гогулі та І.П. Кудінової [3], О.О. Грішнєвої [4], О.В. Дудкіна [5], А.М. Колота [6], Н.О. Шири та А.І. Іващенко [9] і багатьох інших. Але комплексного підходу до побудови універсального механізму соціальної відповідальності вітчизняних підприємств досі не існує. Саме цьому присвячене наше дослідження.

Постановка завдань дослідження. Мета статті – побудова механізму соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В науковій літературі поняття «соціальна відповідальність» не має універсального визначення. В практиці використовуються терміни «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ), «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), «корпоративне громадянство».

Так, за визначенням Форуму соціально відповідального бізнесу в Україні, КСВ – це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, тобто активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем. Європейський Альянс корпоративної соціальної відповідальності визначає КСВ як концепцію залучення соціально-екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами. Резолюція МОП «Про сприяння життєспроможним підприємствам» розглядає КСВ як добровільну ініціативу ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону. Зелена книга ЄС визначає КСВ як інтеграцію соціально-екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їх взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі. Міжнародний форум лідерів бізнесу розглядає КСВ як сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціально-економічного та екологічно усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство. Всесвітня ділова рада за сталий розвиток (WBCSD) визнає КСВ як зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з робітниками, їх сім'ями, місцевою громадою та суспільством для поліпшення якості їх життя.

Проаналізуємо погляди вітчизняних науковців щодо визначення поняття КСВ та СВБ (табл. 1).

Таблиця 1

Визначення КСВ та СВБ в роботах вітчизняних науковців

Автор	Визначення
Баранник Л.Б. [1]	СВБ – це принцип, яким керуються під час прийняття рішень, в якому наголос ставиться на обов'язковості, яка ґрунтується на моральних принципах і цінностях, що набуваються у процесі соціалізації
Булєєв І.П., Брюховецька Н.Ю., Черних О.В. [2]	СВБ – поняття ширше, ніж корпоративна соціальна відповідальність, яке охоплює всі організаційно-правові форми бізнесу
Гогуля О.П., Кудінова І.П. [3]	КСВ – це відповідальність компанії перед усіма людьми та організаціями, з якими вона взаємодіє, та перед суспільством в цілому
Грیشнова О.О. [4]	КСВ – це система економічних, соціальних, екологічних заходів, а також етичних норм і цінностей компанії, які реалізуються на основі взаємодії із зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) і спрямовані на зменшення нефінансових ризиків, поліпшення іміджу і ділової репутації компанії, а також на зростання капіталізації, набуття конкурентних переваг та стратегічної стійкості бізнес-структур
Колот А.М. [6]	КСВ – це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань заінтересованих сторін (стейкхолдерів), спрямований на стійкий розвиток компанії; тобто це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені

Джерело: складено авторами на основі наукових праць [1-4; 6]

Проаналізувавши чинні наукові підходи до визначення СВБ, сформулюємо власне бачення. СВБ – це розуміння та добровільне дотримання морально-етичних норм ведення бізнесу, у результаті якого комерційні структури несуть відповідальність перед споживачами, турбуються про персонал, займаються благодійністю та волонтерством, вживають заходи із захисту довкілля. Соціальна відповідальність має багаторівневий характер, що обумовлено умовами діяльності підприємства, його економічними можливостями, розумінням відповідальності перед суспільством. Базовий рівень передбачає виконання таких зобов'язань: своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, по можливості – створення нових робочих місць. Другий рівень передбачає забезпечення працівників адекватними умовами праці і побуту: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Третій, вищий рівень відповідальності, на думку учасників діалогу, передбачає благодійну діяльність (рис. 1).

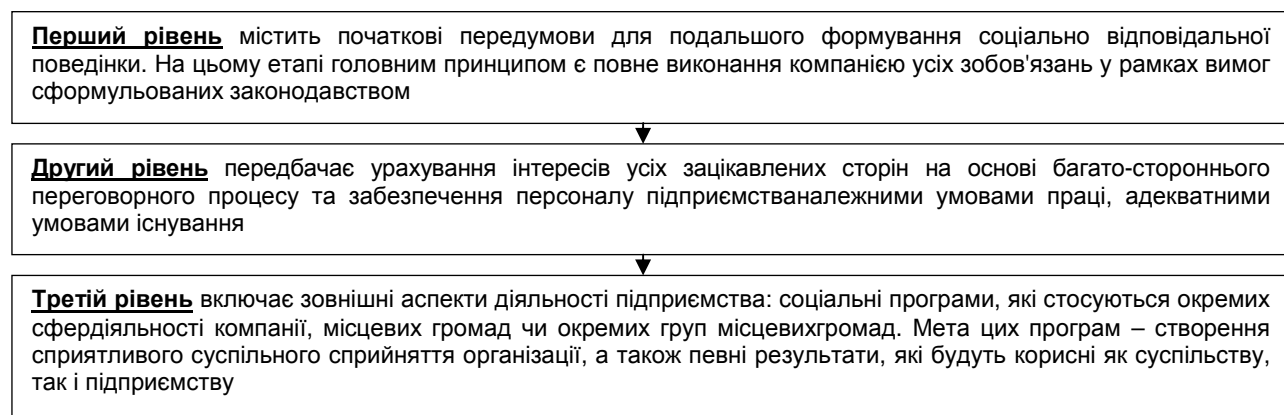


Рис. 1. Рівні соціальної відповідальності підприємств

Джерело: складено авторами на основі наукового дослідження [5]

Відповідальність підприємства проявляється допомогою забезпечення прозорості та етичної поведінки, які: 1) сприяють сталому розвитку, здоров'ю та зростанню добробуту суспільства; 2) враховують очікування всіх зацікавлених сторін; 3) відповідають вимогам законодавства і міжнародним нормам поведінки; 4) інтегровані в усі сфери діяльності і використовуються в процесі взаємодії із зовнішнім оточенням (усередині сфери впливу підприємства).

Соціальна відповідальність має дві форми: 1) внутрішня, яка пов'язується із забезпеченням належного рівня безпеки праці; стабільності виплати зарплати; підтриманням належного рівня життя; додаткового медичного і соціального страхування співробітників; розвитку персоналу через навчальні програми та програми підготовки та підвищення кваліфікації; наданням допомоги працівникам в конкретних критичних ситуаціях; 2) зовнішня, яка пов'язується із спонсорством і

корпоративною благодійністю; сприянням впровадженню системи заходів з охорони навколишнього середовища; взаємодією з місцевим співтовариством і місцевою владою; готовністю брати участь у кризових ситуаціях; відповідальністю перед споживачами виготовлюваної продукції (товарів, послуг).

Існує кілька факторів, які впливають на практику СВБ в Україні [8]:

1. Структура економіки. В українській економіці переважають галузі важкої промисловості (металургія, машинобудування тощо), від політики яких залежить розвиток СВБ.

2. Іноземні інвестиції. Іноземні компанії та спільні підприємства мають очолити розвиток СВБ, надаючи найкращу міжнародну практику в цій сфері.

3. Неефективна система соціального захисту. Багато компаній успадкували розгалужену соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з СВБ.

4. Регуляторний тягар. Важкий регуляторний тягар і погане виконання законів стимулюють розвиток тіньової економіки, що не дає їм можливості витратити кошти на діяльність із СВБ.

5. Слабкі місцеві громади. Відсутність децентралізації фінансів в Україні призводить до того, що переважним джерелом доходів місцевих бюджетів є трансферти з центрального бюджету, що, з одного боку, обмежує стимули та можливості органів місцевого самоуправління у реалізації соціальних та інших програм, а з іншого – створює необхідність залучати компанії, які працюють у регіоні, до сприяння місцевому розвитку.

6. Відсутність інституційної підтримки. Україна не має ані урядового органу, який міг би запроваджувати інструменти, стандарти й методики реалізації політики СВБ, ані розвиненої мережі неурядових організацій, які б могли підтримувати діяльність із СВБ.

7. Трудове законодавство. Україна має досить розвинене трудове законодавство. Практика СВБ, пов'язана з персоналом підприємства, повинна концентруватися на забезпеченні дотримання законів про працю, а не на їх порушенні. Україна має прийнятний рівень формальних зобов'язань, але мають місце численні порушення існуючих норм і вимог законодавства.

Кожний керівник підприємства правомірно ставить питання: що дає впровадження системи соціальної відповідальності підприємства? По-перше, це можливість продемонструвати всім зацікавленим сторонам прихильність компанії до соціальної відповідальності; забезпечити виконання законодавчих вимог у сфері соціальної відповідальності; посилити і захистити імідж компанії; підняти імідж бренду; інтегрувати управління соціальною відповідальністю з діючими системами менеджменту; вміло управляти ризиками, що виникають в соціальній сфері; поліпшити умови праці; підвищити зацікавленість працівників і моральний клімат у колективі; отримати значні економічні вигоди від зниження витрат на оплату штрафів за порушення законодавства про соціальну відповідальність; залучити нові інвестиції в ролі соціально-орієнтованої компанії; отримати вільний доступ на додаткові ринки; поліпшити взаємини компанії з державою, отримати перевагу при участі в державних проектах тощо.

На наш погляд, необхідними кроками для побудови ефективної системи управління соціальною відповідальністю на вітчизняних підприємствах є:

Етап 1. Оцінка поточного стану за ключовими сферами відповідальності (наявність сформульованих цілей, завдань, стратегій, системи показників для оцінки досягнень, грамотний розподіл управлінських завдань, організація їх виконання, система оперативного аналізу інформації) – основа для визначення та уточнення тактики і стратегії: а) визначення параметрів оцінки: виявлення груп зацікавлених сторін, зобов'язань перед ними, їх замученість до соціуму, система управління (оргструктура, планування, відповідальність, процедури, ресурси, контроль тощо), інформування та звітність; б) визначення ключових факторів успіху в управлінні відповідальністю в пріоритетних напрямках діяльності.

Етап 2. Інтеграція в загальну систему управління (місія, цінності, цілі, плани, стратегія, оцінка можливості реалізації, карта ризиків, карта зацікавлених сторін) – виявлення готовності забезпечення управління відповідальністю, визначення ролі управління КСВ в системі корпоративного управління.

Етап 3. Реалізація завдань за ключовими сферами відповідальності (плани, індикатори, терміни).

Етап 4. Розробка Програми управління соціальною відповідальністю (аналіз впливу соціальних факторів на групи ризиків, підготовка аргументованих рішень для керівництва по формуванню програми та структури управління).

Етап 5. Підготовка нефінансового звіту, інформування (розуміння функцій процесу звітності, організація процесу звітності, поширення інформації).

Враховуючи викладені вище базові принципи механізму СВБ та елементів, які його формують, зважаючи на фактори і мотиви його впровадження в практику функціонування вітчизняних підприємств, наведемо власне бачення побудови ефективного механізму соціальної відповідальності підприємства (рис. 2).

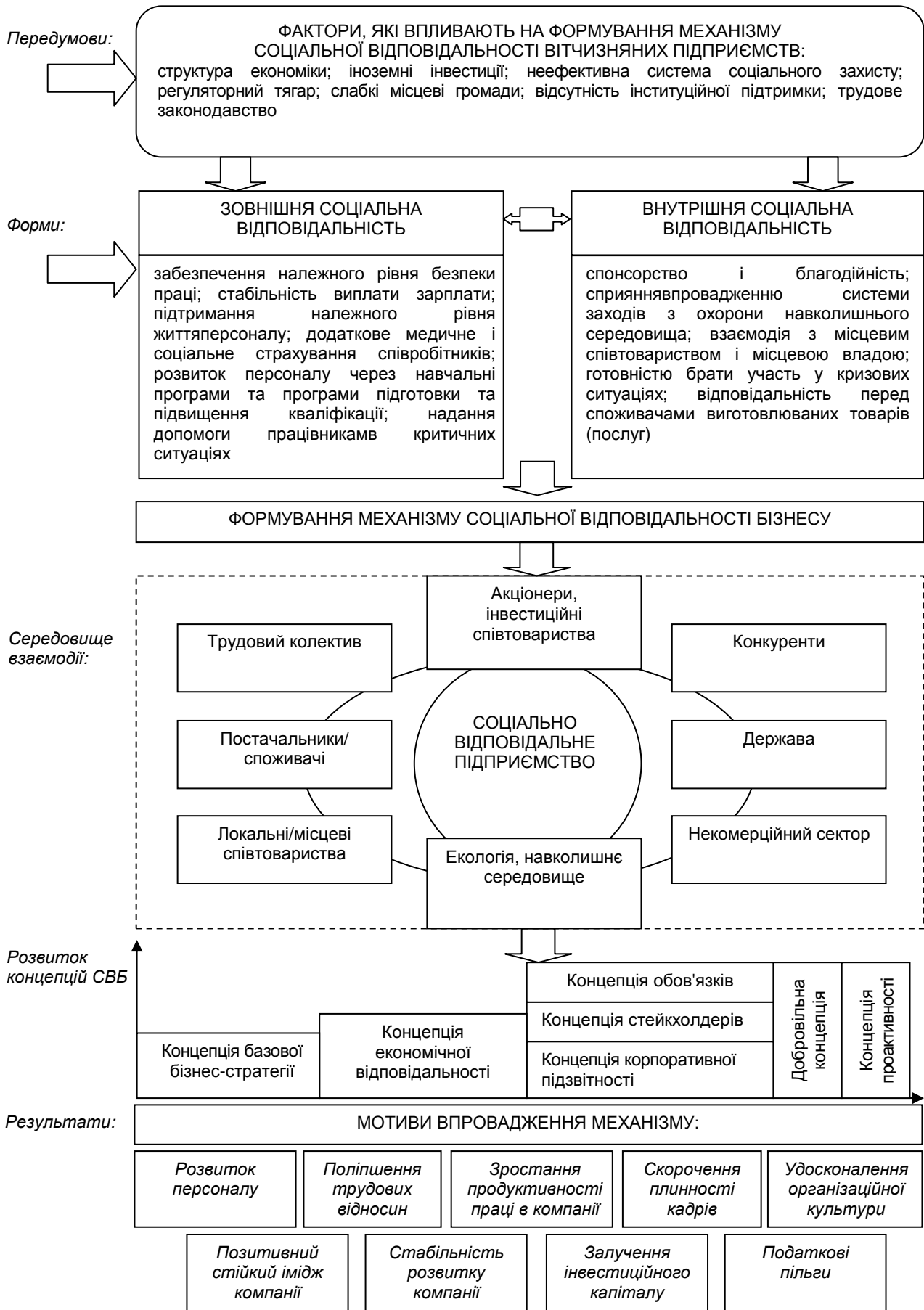


Рис. 2. Механізм соціальної відповідальності вітчизняних підприємств

Джерело: розроблено авторами

У сучасній практиці заслуговують на увагу нові напрями застосування соціальної відповідальності як складової соціального підприємництва, а саме: 1) у країнах Північної та Південної Америки соціальну підприємницьку діяльність здійснюють здебільшого неприбуткові організації, спрямовуючи доходи на вирішення соціальних проблем та надаючи послуги цільовій групі; 2) в країнах ЄС соціальну відповідальність ототожнюють із соціальною місією, де більш вагомим є соціальний ефект від підприємницької діяльності порівняно з фінансовою ефективністю; 3) соціально відповідальне підприємництво передбачає здійснення інноваційної підприємницької діяльності для соціальних перетворень в суспільстві. Очевидно, що соціальна відповідальність вже давно є невід'ємною складовою бізнесу і головним важелем для покращення соціального розвитку підприємств багатьох розвинених країн.

В Україні типовими формами СББ є філантропія і пожертвування на соціальні потреби: наприклад, соціальна ініціатива корпорації «Ейвон» по боротьбі з раком молочної залози; соціальна програма корпорації «Філіп Моріс» з лікування дітей, постраждалих від Чорнобильської катастрофи. Українські підприємства розробляють власну політику соціальної відповідальності. Так, ініціатива компанії «Київстар» «Для людей, для країни!» спрямована на допомогу дітям-інвалідам та дітям, позбавленим батьківського піклування, а також ветеранам та людям похилого віку. Соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу компанії «Нібулон» реалізується за такими напрямками, як: забезпечення належних умов для здобуття освіти; покращення рівня медичного обслуговування персоналу; розбудова інфраструктури українського села; охорона навколишнього середовища; впровадження еколого- та енергозберігаючих нових технологій у виробництво; рівні можливості та найкращі умови праці [7].

Сьогодні для українських компаній соціальна відповідальність переважно носить разовий характер, спрямований виключно на покращення ділової репутації, без бажання здійснювати довгострокові інвестиції в "нікуди". Проте існує значний перелік соціальних потреб, які слід вважати потенційними перспективами: меценатство, інвестиції у розвиток персоналу підприємств, розв'язання проблем бідності, боротьба з поширенням невиліковних онкологічних захворювань, ВІЛ/СНІДу тощо, поліпшення соціального захисту та рівня освіти. Зростає важливість розробки програм СББ, підвищення відповідальності перед працівниками та їх родинами, сприяння підтримці навколишнього середовища за допомогою певних екологічних програм[8].

На думку вітчизняних науковців Н.О. Шири та А.І. Іващенко, перспективними стратегічними напрямками впровадження КСВ в Україні є: покращення умов праці; підвищення якості життя населення; поліпшення стану навколишнього середовища; зростання рівня конкурентоспроможності підприємств (регіону, країни); формування громадянського суспільства шляхом розвитку механізмів соціального діалогу; донесення істинного змісту соціальної відповідальності до бізнесу в Україні та до інших зацікавлених у його сталості сторін; формування адекватного сприйняття стейкхолдерами зусиль СББ тощо [9].

З метою стимулювання розвитку та поширення механізмів СББ важливим є запровадження в Україні пільгового оподаткування підприємств; поширення позитивної практики впровадження соціальних програм; підвищення рівня довіри до бізнесу; зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади та їх участь у розробці програм КСВ.

Висновки з проведеного дослідження. Соціальна відповідальність підприємств – ключовий фактор їх сталого розвитку та успішного функціонування на ринку, оскільки механізм СББ представляє собою комплекс заходів на систематичній основі, направлених на вирішення суспільно і соціально значимих проблем і створення тим самим позитивного іміджу надійного роботодавця і партнера.

Практика застосування КСВ зарубіжними підприємствами свідчить про дієвість її механізму, яка проявляється в наданні компаніям конкретних переваг: збільшення обсягів прибутків внаслідок підвищення лояльності партнерів, клієнтів та інвесторів; зменшення ризиків; формування позитивної ділової репутації; формування надійних стосунків з державним сектором і суспільством на основі соціального партнерства; створення бренду надійного роботодавця.

КСВ слід розглядати не як витрати, а як інвестиції. Успішний бізнес, замислюючись про стратегію розвитку, неминуче приходять до необхідності впровадження механізму соціальної відповідальності.

Література

1. Баранник Л.Б. Виховання соціально відповідального бізнесу як фактор формування громадянського суспільства / Л.Б. Баранник // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2008. – №3/11(45). – С. 14-16.
2. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика: монография / И.П. Булеев, Н.Е. Брюховецкая, Е.В. Черных / НАН Украины. Институт экономики промышленности. – Донецк: ИЭП НАН Украины; Дон УЭП, 2008. – 137 с.
3. Гоголя О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гоголя, І.П. Кудінова. – К. : Видавництво Національного університету біоресурсів і природокористування України, 2008. – 79 с.
4. Грیشнова О.О. Соціальна відповідальність у контексті подолання системної кризи в Україні / О.О. Грیشнова // Демографія та соціальна економіка. – 2011. – №1(15). – С. 39-46.

5. Дудкін О.В. Перспективи розвитку соціальної відповідальності підприємств в контексті кризових явищ / О.В. Дудкін // Екологічний менеджмент у загальній системі управління: збірник тез доповідей ІХ Всеукраїнської наукової конференції, 21-22 квітня 2009 р. – Суми: Видавництво СумДУ, 2009. – Ч.1. – С. 84-87.
6. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія. – 2013. – №4. – С. 5-26.
7. Офіційний сайт компанії «Нібулон». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nibulon.com/data/ksv/socialno-vidpovidalnii-biznes.html>.
8. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – К., 2005. – 41 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
9. Шира Н.О. Напрями впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику українських підприємств [Електронний ресурс] / Н.О. Шира, А.І. Іващенко // Ефективна економіка. – 2013. – №11. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502>.

References

1. Barannyk, L.B. (2008), "Educating of socially responsible business as the factor of civil society' formation", *Visnyk Akademii pratsi i sotsialnykh vidnosyn Federatsii profspilok Ukrainy*, no. 3/11(45), pp. 14-16.
2. Buleev, S.P., Bryukhovetskaya, N.Yu. and Tchernykh, E.V. (2008), *Sotsialnaya otvetstvennost' biznesa: teoriya i praktika* [Social responsibility of business: Theory and Practice], monograph, IEP NAN Ukrainy, Donetsk, Ukraine, 137 p.
3. Hohulia, O.P and Kudinova, I.P. (2008), *Sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu* [Social responsibility of business], Vidavnytstvo Natsional'nogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia, Kyiv, Ukraine, 79 p.
4. Grishnova, O.O. (2011), "Social responsibility in the context of systemic crisis overcoming in Ukraine", *Demohrafiia ta sotsialna ekonomika*, no. 1(15), pp. 39-46.
5. Dudkin, O.V. (2009), "Perspectives for the development of enterprises' social responsibility in the context of the crisis phenomena", *Ekologichnyi menedzhment u zahal'nii systemi upravlinnia* [Environmental management in the overall management system], Zbirnyk tez dopovidei IX Vseukrainskoi naukovoї konferentsii [Collection of thesis IX Ukrainian scientific conference], April, 21-22, 2009, Vidavnytstvo SumDU, Sumy, Ukraine, vol. 1, pp. 84-87.
6. Kolot, A.M. (2013), "Corporate social responsibility: evolution and development of theoretical views", *Ekonomichna teoriia*, no. 4, pp. 5-26.
7. Official Website of Nibulon company, available at: <http://www.nibulon.com/data/ksv/socialno-vidpovidalnii-biznes.html>.
8. *Sotsialna vidpovidalnist biznesu: rozuminnia ta vprovadzhennia* [Corporate Social Responsibility: Understanding and Implementation] (2005), Kyiv, Ukraine, 41 p., available at: http://www.un.org.ua/files/Concept_Paper.pdf.
9. Shyra, N.O. and Ivashchenko, A.I. (2013), Directions of social corporate responsibility implementation in Ukrainian companies practice, *Efektivna ekonomika*, no. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2502>.