

УДК 316.66

З. П. Урусова,
к. е. н., доцент, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя
М. Ю. Вернидуб,
студент, Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КОНЦЕПЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ КОРПОРАТИВНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

Z. Urusova,
Candidate of Econ. Sciences, Associate Professor, State Higher Educational Institution "Zaporizhzhya National University", Zaporizhzhya
M. Vernydub,
Student, State Higher Educational Institution "Zaporizhzhya National University", Zaporizhzhya

SUCCESSES OF THE TENDENCY RETAIL CONCEPT SOCIAL CORPORATE BROADCASTING

У статті розглянуто концептуальні основи концепції соціальної корпоративної відповідальності, сучасний світовий досвід побудови моделей соціальної відповідальності бізнесу; виявлено тенденції в питаннях формування концепції соціальної корпоративної відповідальності в попередньому столітті та в умовах сьогодення; обґрунтовано необхідність подальшого розвитку та впровадження концепції соціальної відповідальності в стратегічні плани будь-якої компанії світу.

Метою статті є дослідження особливостей та тенденцій розвитку і впровадження концепцій соціальної відповідальності в умовах сучасності. В процесі дослідження використовувалися такі загальнонаукові методи пізнання, як аналіз і синтез, системний підхід.

Наукова новизна полягає у визначенні характерних рис кожної окремої моделі соціальної відповідальності в рамках провідних країн світу та узагальнення сучасних тенденцій в цій сфері.

The article discusses the conceptual foundations of corporate social responsibility and the modern world experience of building models of corporate social responsibility; tendencies in matters of formation of the concept of corporate social responsibility in the previous century and in the present circumstances; the necessity of further development and implementation of corporate social responsibility in the strategic plans of any company in the world.

The article aims to study the characteristics and trends of development and implementation of concepts of social responsibility in terms of modernity. The study used the following methods of general scientific knowledge as analysis and synthesis, systematic approach.

Scientific novelty consists in determining the characteristics of each individual model of social responsibility within the leading countries and summarize current trends in this area.

Ключові слова: концепція корпоративної соціальної відповідальності, міжнародний стандарт ISO 26000, сучасні західні моделі КСВ, бізнес, стратегічне управління.

Keywords: conception of corporate social responsibility, international standard of ISO 26000, modern western models of KCB, business, strategic management.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Питання корпоративної соціальної відповідальності бізнесу останніми роками набуває все більшого поширення. Розвинуті країни розширюють сприйняття суспільством бізнесу не лише з погляду його прибутковості, а й ціни та наслідків отримання прибутку. Це приводить до того, що склад механізму функціонування суб'єктів

господарської діяльності доповнюється соціальним та екологічним елементом. Незважаючи на стрімке поширення впровадження КСВ в західних компаніях, на вітчизняних підприємствах ці процеси перебувають у зародковому стані, в першу чергу це пов'язано з відсутністю в Україні науково-методичних засад, загальноприйнятих стандартів і моделей корпоративної соціальної відповідаль-

ності бізнесу, що обумовлює досить низький рівень корпоративних форм активності національного бізнесу. Саме тому актуальним є аналіз сучасних світових тенденцій реалізації корпоративної соціальної відповідальності задля подальшого формування концепції корпоративної соціальної відповідальності на рівні держави.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Наукове вивчення особливостей розвитку концепцій корпоративної соціальної відповідальності у світі активно проводяться такими науковцями, як Матвійчук Л.О., Хорева Л.В., Шокола Я.В., Теодорович М.Л., Цуциева О.Т., Гобозова А.Т. та іншими. Незважаючи на значний дослідницький інтерес до проблематики вивчення цього питання, воно все ж таки залишається недостатньо вивченим.

МЕТА СТАТТІ (ПОСТАНОВКА ЗАВДАНЬ)

Метою дослідження є дослідження особливостей та тенденцій розвитку і впровадження концепцій соціальної відповідальності в умовах сучасності.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Значні економічні, соціальні та екологічні потрясіння останніх десятиліть змусили переглянути усталені практики ведення бізнесу і принципи організації соціального сервісу. Саме тому в минулому столітті з'явилась концепція корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), яка визначає новий підхід до управління підприємством, з кожним днем залучає в сферу свого впливу все більшу кількість компаній по всьому світу. Поряд з тим, що великі, в першу чергу промислові, підприємства мають високий рівень ресурсо-, енерго- і матеріаломісткості, вони, будучи акумуляторами значних матеріальних, людських і інших ресурсів, мають високий потенціал впливу (як позитивного, так і негативного) на суспільний добробут, соціально-економічну стабільність і сталий розвиток, що обумовлює гостру необхідність не тільки в соціальній, а й етичній та екологічній відповідальності.

Питання соціальної відповідальності на практиці активно реалізовувалися з початку XIX століття: рух по захисту прав трудящих і використання перших соціальних програм британським промисловцем Р. Оуеном; організація будинків милосердя священиком Іоанном Кронштадським; участь вітчизняних підприємців у становленні системи соціального обслуговування в державі. Практики подібної діяльності стають предметом пильного дослідницького інтересу з середини XX століття. Теоретична концептуалізація цієї проблематики сталася в 1953 р. завдяки статті Г. Боуена "Соціальна відповідальність бізнесмена", в ній автор говорить про те, що корпоративна соціальна відповідальність — це реалізація такої політики, прийняття таких рішень, які були ббажані для досягнення цілей і реалізації цінностей суспільства [1, с. 333].

При цьому зазначимо, що в сучасному розумінні корпоративна соціальна відповідальність зародилася в США. Передумовами стало загострення соціальних питань, пов'язаних з розширенням впливу транснаціональних корпорацій, погіршенням стану навколишнього середовища через активну і безконтрольну діяльність промислових підприємств, наростання боротьби за цивільні права. Саме в цей час вивчення основ соціальної відповідальності стає обов'язковою частиною навчальних планів більшості американських коледжів і бізнес-шкіл.

Узагальнюючи тенденції корпоративної соціальної відповідальності 20 років тому зазначимо:

- під корпоративною соціальною відповідальністю розумілася в першу чергу благодійність, яка в більшості випадків носила спонтанний характер;

- відсутня інтеграція КСВ в основну діяльність компанії;

- соціально відповідальна діяльність компаній була спрямована, перш за все, на зниження державного тиску;

- КСВ використовувалася в якості способу отримання легітимності результатів приватизації в очах суспільства;

- турбота роботодавців про працівників допомагала досягти стійкості розвитку бізнесу;

- звітність з КСВ була мінімальною, прозорість бізнесу в здійсненні соціальних програм практично була відсутня.

З поширенням в світі принципів корпоративної соціальної відповідальності відбувається зміщення акцентів на такі аспекти як трудові відносини і сумлінні ділові практики. Елементи корпоративної соціальної відповідальності реагують на очікування суспільства в певний момент часу і, відповідно, схильні до змін. Окрім того, трактування корпоративної соціальної відповідальності довгі роки зазнавало зміни, різні дослідники і компанії пропонували власні визначення, проте після виходу в 2010 р. міжнародного стандарту ISO 26000: 2010 "Керівництво з соціальної відповідальності" дискусія з приводу основних понять, принципів і елементів соціальної відповідальності бізнесу втратила актуальність. Відповідно до цього стандарту корпоративна соціальна відповідальність — це відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; введена в усій організації [2, с. 28].

Також при спробі сформулювати універсальну концепцію соціальної корпоративної відповідальності в міжнародному стандарті ISO 26000 (ДСТУ ISO 26000) були прописані основні принципи корпоративної соціальної відповідальності, які зображено на рисунку 1.

На основі вищезазначених принципів побудовано ряд моделей соціальної відповідальності бізнесу, що відображають сучасні тенденції формування системи корпоративної соціальної відповідальності у компаніях різних країн. Як правило, виділяються американська, британська, європейська та японська моделі корпоративної соціальної відповідальності. Кожна з них враховує специфіку на ринку праці відповідної держави.

Розглянемо більш детально кожен з існуючих сучасних моделей КСВ, яка використовується в різних країнах. Так, США в процесі формування моделі КСВ виробила численні механізми участі бізнесу в соціальній підтримці суспільства: велика кількість корпоративних фондів, націлених на рішення різноманітних соціальних проблем за рахунок бізнесу. впровадження соціальних технологій в управління корпорацій заохочується відповідними податковими пільгами і заліками, закріпленими на законодавчому рівні. Крім того, для американської моделі характерно мінімальне вторгнення держави в приватний сектор. Адміністрація США не стільки примушує, скільки заохочує КСВ за допомогою режиму "найбільшого сприяння" для бізнесменів на законодавчому рівні.

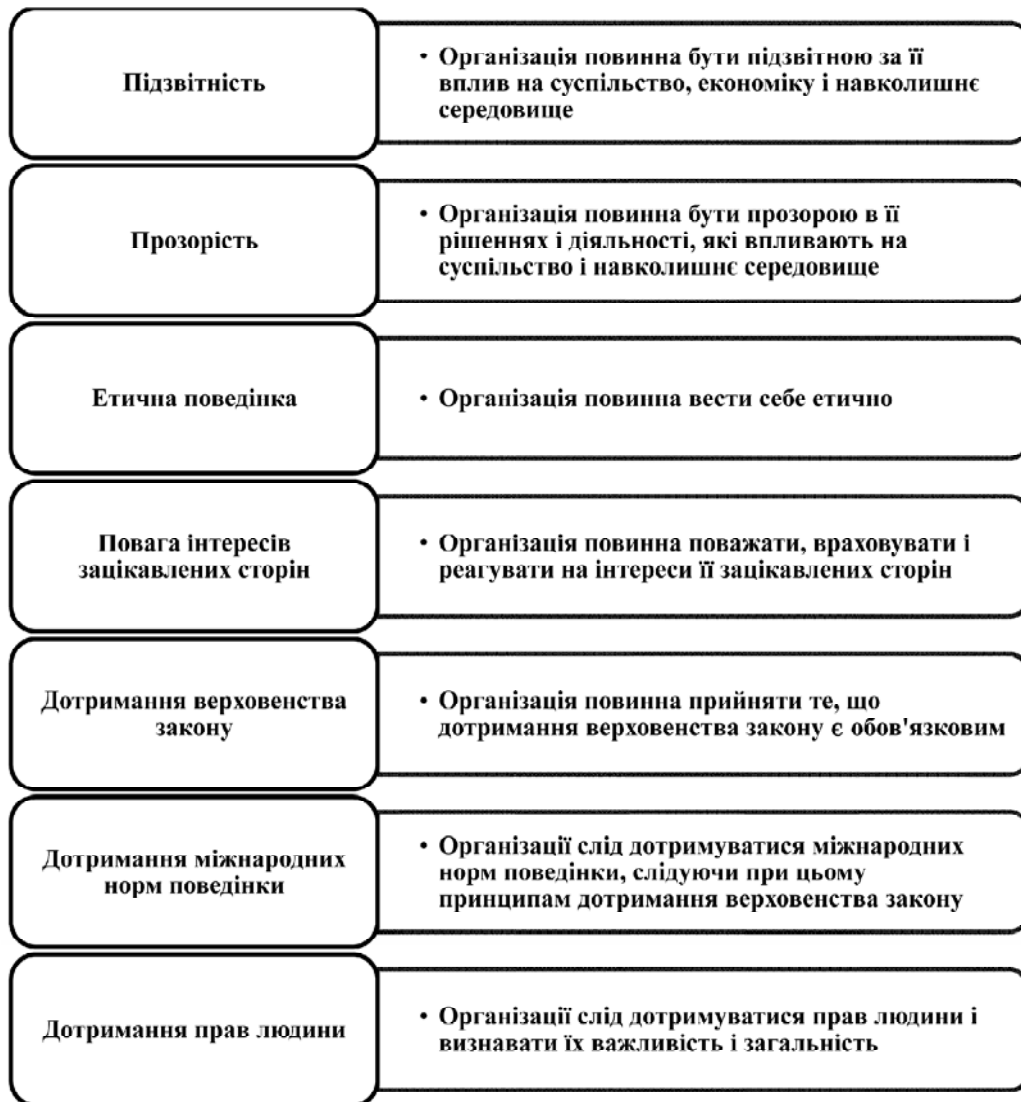


Рис. 1. Принципи корпоративної соціальної відповідальності

Європейська модель не має на увазі відкритої лінії поведінки компанії. Навпаки, та корпоративна діяльність, яка традиційно розглядається в США як ініціатива корпорації, в Європі, як правило, регулюється нормами, стандартами і законами відповідних держав. У багатьох країнах законодавчо закріплені державні зобов'язання з охорони здоров'я працівників, соціального страхування, пенсійного регулювання і ряд інших соціальнозначущих питань. Крім того, правовідносини "працівник — роботодавець" в Європі відрегульовані досить детально. Європейські політики надають великого значення підтримці корпоративної соціальної відповідальності, розуміючи її як концепцію, в рамках якої компанії на добровільних засадах об'єднують свої зусилля з іншими учасниками для вирішення соціальних питань і реалізації природоохоронних і соціальних програм. Європейська Комісія схвалила Стратегію про соціальну відповідальність корпорацій 2 липня 2002 р. Загальноєвропейською організацією, що займається питаннями КСВ, є Європейський багатосторонній форум (European Multi-Stakeholder Forum), куди входять представники працівників, роботодавців, споживачів, громадянського суспільства [3, с. 51].

Британська модель КСВ поєднує елементи моделей США і Європи, при цьому вона характеризується значним ступенем залученням держави і громадянських інсти-

тутів у процес узгодження суспільних інтересів, а також просування та заохочення кращих практик. Загальна риса з іншими європейськими країнами — активна підтримка бізнесу з боку держави. Активна роль британського уряду виражається в політиці підтримки компаній, які висвітлюють свою діяльність у соціальній та природоохоронній сфері та взаєминах з персоналом [4 с. 94]. Цілий ряд законодавчих актів встановлює пільговий режим оподаткування для компаній, які ведуть свій бізнес соціально відповідально і з позицій ділової етики, особливо в питаннях використання енергії, вторинної переробки відходів виробництва і т.п.

Сучасна китайська модель КСВ передбачає, по-перше, підтримку розвитку компанії, в тому числі, і розвиток соціальних послуг: вклад в соціальний розвиток, відраховання якомога більше податків, надання якомога більше нових робочих місць, прагнення приносити більше суспільної користі. По-друге, підтримується взаємозв'язок розвитку і інтересів компанії і персоналу. Розвиток персоналу, на думку китайських експертів в області КСВ, слід зробити відповідною точкою для розвитку компанії, що стане опорою подальшого прогресу компанії. По-третє, підтримка гармонійного розвитку підприємницьких структур включає дбайливе ставлення до екологічному середовищі, особливо в сфері економії ресурсів, зниження

забруднення навколишнього середовища, здійснення гармонійного поєднання розвитку компанії і природного середовища.

Таким чином, застосування моделей визначається рівнем розвитку країни і законодавства, причому на різних історичних етапах кожна країна проходила період соціальної відповідальності держави, що створило умови для реалізації КСВ. Але зазначимо, що ефективне функціонування системи корпоративної соціальної відповідальності неможливо без адекватної взаємодії бізнесу і держави. Роль держави в регулюванні реалізації корпоративної соціальної відповідальності сильно варіюється. Однак в будь-якому випадку взаємодія держави і бізнесу в цій площині спирається на формалізовані і законодавчо закріплені механізми.

Стосовно України в рамках КСВ зазначимо, що на відміну від американської і європейських моделей і, певною мірою, через наявність елементів командної системи, успадкованої з радянських часів, роль держави у формуванні і розвитку соціальної місії бізнесу в Україні є достатньо високою. Проте головною відмінною національною рисою є те, що на регіональному та державному рівнях соціальний внесок зводиться лише до примусової участі бізнесу в реалізації різноманітних соціальних та культурних програм, які почасти є джерелами корупції. Хоча існує і багато соціальних ініціатив самих підприємців, та досить часто це має політичний зміст і активізується лише в період виборчих кампаній.

Великий вплив на її сучасний розвиток в Україні спричинили події останніх 2-х років, пов'язані з Революцією Гідності, окупацією частини території і збройним конфліктом на сході країни. І за таких умов для повноцінного впровадження ідей КСВ в Україні потрібні зусилля не тільки бізнесу, а й підтримка з боку держави та громадянського суспільства. Це повинно відобразитися в усвідомленні бізнесу своєї відповідальності перед державою і суспільством, вихід з тіні і сплата податків, підтримуючи державу. А синергія зусиль громадянського суспільства, вільної преси та відповідального бізнесу допоможуть вирішити три основні проблеми сьогодні: корупцію, судову систему та бюрократію. Крім того, саме курс України на євроінтеграцію, а також глобальні тенденції до законодавчого регулювання питань КСВ загострює проблему впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності у власну діяльність українських підприємств.

Узагальнюючи сучасні світові тенденції розвитку КСВ можна визначити наступні аспекти:

- інвестуючи в соціальні та екологічні ініціативи, бізнес починає прораховувати економічну цінність КСВ;
- у добровільну КСВ-звітність вступає все більша кількість компаній, причому як великого бізнесу, так і середнього;
- компанії входять в КСВ як з альтруїстичних спонукань, так і з метою досягнення необхідного PR-ефекту;
- політика соціальної відповідальності вбудовується в стратегію компаній;
- набуває поширення межсекторне партнерство — КСВ-проекти укріплюються, в їх реалізацію залучається держава, некомерційні організації, місцеву громаду, конкуренти і партнери;
- глибина впровадження КСВ-принципів збільшується — найбільші гравці ринку вимагають від постачальників їх дотримання в якості умови для взаємодії;
- з'являються нові форми КСВ — робота з населенням, зменшення споживання ресурсів і зниження кількості відходів;

— збільшується частка екологічної відповідальності в КСВ, причому як в компаніях, що володіють потенціалом істотного впливу на екологію, так і тих, хто безпосередньо незначно на неї впливає;

— зміна споживчого та бізнес-поведінки на більш стійке, в тому числі, завдяки популяризації КСВ серед молодих співробітників.

Таким чином, у сучасному світі концепція корпоративної соціальної відповідальності бізнесу відступає загальноприйнятим правилом, якого дотримується більшість великих, середніх і навіть малих світових компаній. З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади провідних країн світу.

ВИСНОВКИ

Розгляд сучасної концепції корпоративної соціальної відповідальності показує, що, незважаючи на значний потенціал і практику добровільної участі великих компаній в реалізації соціальних проектів, економічний потенціал КСВ-активності не вичерпаний, а застосування КСВ має перебувати в ряду нових механізмів підвищення конкурентоспроможності бізнесу, що досягається розширенням соціальної звітності та використанням КСВ як неодмінного елемента функціональної стратегії соціально відповідальної компанії. Можна говорити, що сьогодні відбувається перехід до нової концептуальної парадигми, в рамках якої посилюється зв'язок концепції корпоративної соціальної відповідальності з теорією стратегічного управління.

Література:

1. Матвійчук Л.О. Генеза концепцій корпоративної соціальної відповідальності // Гроші, фінанси і кредит. 2016. — № 6. — С. 332—337.
2. Хорева Л.В., Шокола Я.В. Новая концепция корпоративной социальной ответственности — КСО 2.0 // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологи. — 2015. — № 4 (26). — С. 25—30.
3. Теодорович М.Л. Современные тенденции развития концепций корпоративной социальной ответственности // Вестник Челябинского государственного университета. 2008. — № 32. — С. 45—56.
4. Цуциева О.Т., Гобозова А. Сравнительный анализ моделей корпоративной социальной ответственности / Международная научно-исследовательская журнал. — 2016. — № 6 (13). — С. 91—96.

References:

1. Matviychuk, L. O. (2016), "Genesis of conceptions of corporate social responsibility", *Is Money, finances and credit*, vol. 6, pp. 332—337.
2. Horeva, L. V. and Shkoda, Ya.V. (2015), "New conception of corporate social responsibility — KCO 2.0", *Theory and practice of service: economy, social sphere, technologists*, vol. 4 (26), pp. 25—30.
3. Teodorovich, M. L. (2008), "The Modern progress of conceptions of corporate social responsibility", *Trends Announcer of the Chelyabinsk state university*, vol. 32, pp. 45—56.
4. Cucieva, O. T. and Gobozova, A.T. (2016), "The Comparative analysis of models of corporate social responsibility", *The International research magazine*, vol. 6 (13), pp. 91—96.

Стаття надійшла до редакції 18.04.2017 р.