

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 005.35

Сучасні тенденції розвитку корпоративної соціальної відповідальності

Білан О.С.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій
Тернопільського національного економічного університету

У статті досліджено складові частини корпоративної соціальної відповідальності. Запропоновано основні рівні формування соціально відповідального підприємства. Окреслено напрями державної підтримки підприємств щодо практичної реалізації принципів ділової досконалості. Визначено основні чинники позитивного впливу корпоративної соціальної відповідальності на підвищення ефективності бізнесу.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, ділова досконалість, сталий розвиток.

Bilan O.S. SOVREMENNYE TENDENSIИ RAZVITIЯ KORPORATIVNOY SOЦИАЛЬНОY OTVETSTVENNOSTИ

В статье исследованы составляющие корпоративной социальной ответственности. Предложены основные уровни формирования социально ответственного предприятия. Определены направления государственной поддержки предприятий по практической реализации принципов делового совершенства. Определены основные факторы положительного влияния корпоративной социальной ответственности на повышение эффективности бизнеса.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, деловое совершенство, устойчивое развитие.

Bilan O.S. MODERN TRENDS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

In the article the components of corporate social responsibility. The basic level of formation socially responsible enterprise. The directions of the state support of the enterprises on the practical implementation of the principles of business excellence. The main factors of the positive impact of CSR on improving business efficiency.

Keywords: corporate social responsibility, business excellence, sustainable development.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах глобалізації основною метою корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) є досягнення цілей сталого розвитку суспільства шляхом узгодження інтересів усіх зацікавлених сторін у процесі вирішення економічних, екологічних та соціальних проблем з урахуванням інтересів теперішнього покоління та без створення загроз для нащадків.

Основні постулати концепції сталого розвитку необхідно реалізовувати через дотримання соціально відповідальної поведінки всіх суб'єктів суспільства: корпоративних структур, державних органів влади, громадських організацій та окремих громадян. Такий підхід дасть змогу поєднати приватні та суспільні інтереси, підвищити якість життя громадян, удосконалити виробничі відносини.

Крім того, завдяки запровадженню в практику діяльності принципів соціальної відпо-

відальності суб'єкти господарювання можуть отримати значну конкурентну перевагу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тема корпоративної соціальної відповідальності досить нова у світових та вітчизняних наукових колах [1–11]. Окремі її аспекти досліджували такі зарубіжні вчені, як К. Девіс, А. Керролл, Ф. Котлер, М. Креймер, М. Портер та ін. Серед вітчизняних науковців варто виокремити праці П. Калити, який досліджував проблему взаємозв'язку ділової досконалості з КСВ; А. Колота, який досліджував теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності у контексті формування світової економічної думки; В.Новікова та В. Жогло, які вивчали причини впровадження програм соціальної відповідальності та запропонували варіант загальної їх структури, та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте відсутність чіткого

підходу до природи та джерел розвитку корпоративної соціальної відповідальності на рівні окремої компанії обумовлює необхідність глибшого дослідження цього процесу.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є продовження наукових досліджень у галузі корпоративної соціальної відповідальності, зокрема визначення основних рівнів формування соціально відповідального підприємства та складників позитивного впливу КСВ на підвищення ефективності бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах посилюється увага світової громадськості до питань соціальної відповідальності бізнесу. З 1 листопада в Україні вводиться в дію один із найбільш довгоочікуваних міжнародних стандартів останніх років – ISO 26000:2010, Керівництво із соціальної відповідальності, який є керівництвом для організації бізнесу і державного сектора в галузі соціальної відповідальності (SR) [1].

ISO 26000 – це стандарт Міжнародної організації зі стандартизації (ISO), який містить указівки щодо соціальної відповідальності. Даний стандарт призначений для використання організаціями всіх типів як у державному, так і у приватному секторах. Слід зазначити, стандарт ISO 26000 містить добровільні рекомендації, а не вимоги. Проте керівництво кожного вітчизняного підприємства, яке прагне успіху в довгостроковій перспективі, повинне розуміти, що сталий розвиток напряду залежить від рівня його корпоративної соціальної відповідальності.

У науковій літературі є безліч трактувань поняття «соціальна відповідальність». Так, у стандарті – це відповідальність підприємства за вплив його рішень та діяльності на суспільство та навколишнє середовище. Такі прозора діяльність та етична поведінка сприяють стійкому розвитку підприємства; забезпечують добробут суспільства; враховують очікування зацікавлених сторін; відповідають законодавству та узгоджуються з міжнародними нормами поведінки; передбачають запровадження на всіх рівнях.

У процесі дослідження, яке проводила компанія IBM у 2008 р. (IBM Global CEO Study – 2008), було встановлено, що соціальна відповідальність є однією з п'яти базових передумов успішної компанії майбутнього.

У бізнес-середовищі соціальна відповідальність отримала назву «корпоративна соціальна відповідальність», яка є філософією поведінки та концепцією побудови окремими підприємствами (корпораціями) своєї діяльності на основних принципах:

– якісному задоволенні запитів споживачів у продукції та послугах;

– дотриманні вимог законодавства;

– турботі про навколишнє середовище;

– створенні привабливих і безпечних умов праці та інвестування в розвиток людського потенціалу;

– ефективному веденні бізнесу, орієнтованому на зростання добробуту акціонерів;

– дотриманні загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення бізнесу, відкритості та прозорості, запровадженні практики соціальної звітності;

– внеску у формування громадянського суспільства через програми та проекти розвитку місцевої громади тощо.

Виділимо основні рівні формування соціально відповідального підприємства (рис. 1).

Як бачимо з рис. 1, формування системи корпоративної соціальної відповідальності – це складний та багаторівневий процес, який потребує від компанії чималих зусиль та триває достатньо довгий період часу.

Відповідно до моделі, запропонованої М. Портером і М. Креймером, корпоративну соціальну відповідальність можна умовно поділити на реагуючу і стратегічну. Реагуюча – спрямована на пом'якшення вже існуючих проблем і негативних наслідків діяльності підприємств, а стратегічна КСВ передбачає втілення ідеї соціальної відповідальності в стратегію розвитку підприємства та формування довгострокових конкурентних переваг [2].

Отже, можемо виділити такі основні складові частини корпоративної соціальної відповідальності:

1) відповідальність підприємства перед усім суспільством за збереження навколишнього середовища;

2) відповідальність перед споживачами за якість та безпечність продукції підприємства;

3) відповідальність перед місцевою громадою за внесок у соціально-економічний розвиток регіону;

4) відповідальність перед працівниками підприємства за справедливу та своєчасну оплату, створення безпечних умов праці і формування оптимальних умов розвитку особистості та кар'єрного зростання тощо.

Отже, корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок підприємства в розвиток суспільства в соціальній, економічній та екологічній сферах, напряду пов'язаний з основною діяльністю та відповідає вимогам законодавства.

Сучасні реалії української економіки вимагають, щоб досконалість та якість, які є фундаментом конкурентоспроможності та соціальної відповідальності, перетворилися на загальнонаціональну ідею [3, с. 36].

Варто зазначити, що сприйняття вітчизняним бізнесом даного явища здебільшого є поверхневим і обмежується лише благодійністю (спонсорством). В Україні протягом двох останніх десятиліть активізувався благодійних рух, але благодійність та аналогічна діяльність, яка виконується поза професійним призначенням компанії, – це лише «вершки» у формуванні КСВ і сталого розвитку [3, с. 31].

Можна провести паралель між пірамідою Маслоу та пірамідою КСВ, запропонованою А. Керролом (рис.2). Як відомо, найвищим рівнем піраміди Маслоу є потреба в самовираженні. Люди, що досягають цього рівня, працюють не просто заради грошей, але тому, що усвідомлюють значимість своєї роботи і відчувають задоволення від самого її процесу. У даному контексті варто згадати слова спадкоємця українських цукрових магнатів і меценатів М. Терещенка, який зазначив, що допомогти може лише той, хто сам не потребує допомоги, тобто лише успішні, прибуткові компанії (іншими словами – досконалі) можуть повною мірою реалізувати на практиці принципи соціальної відповідальності бізнесу.

У зв'язку з цим ми цілком поділяємо точку зору П. Калити в тому, що «засадничою у формуванні соціально відповідальних організацій і забезпеченні сталого розвитку є щоденна основна професійна діяльність цих організацій, їх ділова досконалість і безперервне системне вдосконалення» [3, с. 31–32]. Тобто лише досконалі компанії здатні систематично і повно задовольняти всі зацікавлені сторони.

На сьогодні в економічній літературі можна зустріти безліч моделей ділової досконалості. Однією з найпопулярніших є модель EFQM, яка всебічно описує діяльність будь-якого підприємства на основі дев'яти критеріїв: лідерства; стратегії; персоналу; партнерства і ресурсів; процесів, продуктів і послуг; результатів, які відносяться до споживачів, персоналу і суспільства; ключових результатів [5]. Порівняння діяльності окремого підприємства з моделлю досконалості дає змогу побачити його сильні та слабкі сторони, що, своєю чергою, дасть змогу визначити сфери, які потребують вдосконалення. Керівництво аналізує отриману інформацію і на основі передового досвіду кращих вітчизняних та зарубіжних компаній розробляє власну інноваційну соціально орієнтовану програму. При цьому необхідно застосовувати циклічний підхід, що передбачає повторне оцінювання діяльності підприємства після виконання програми та порів-



Рис. 1. Рівні формування соціально відповідального підприємства

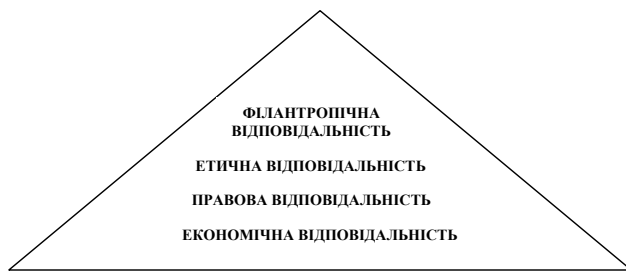


Рис. 2. Піраміда корпоративної соціальної відповідальності [4, с. 42]

няння з моделлю досконалості, розробку нової програми і т. д.

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 проєктів з активізації соціальної відповідальності, які пронизані духом морально-духовних цінностей, корпоративного громадянства і водночас працюють на прирощення соціальних ресурсів, стійкий розвиток бізнес-організацій [6].

Варто зазначити, що без державної підтримки реалізувати на практиці основні принципи ділової досконалості неможливо. Із цією метою необхідно:

- забезпечити сприятливий клімат для вдосконалення діяльності та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств;

- активізувати всеукраїнський рух за якість та ділову досконалість;

- сформуванню дієву систему інформаційного забезпечення в галузі ділової досконалості;

- створити розвинену інфраструктуру для надання професійної підтримки бізнесу щодо безперервного вдосконалення діяльності;

- сформувати на загальнодержавному рівні механізм мотивації вдосконалення (нагороди за досконалість, полегшення податкового навантаження, державний захист тощо).

Корпоративна соціальна відповідальність має стати невід'ємною складовою частиною діяльності кожного вітчизняного підприємства. Від рішень у сфері сталого розвитку та вміння їх практичної реалізації залежить успіх компаній у довгостроковій перспективі.

Соціально відповідальний підхід до бізнесу насамперед повинен передбачати:

- задоволення запитів споживачів у безпечній та якісній продукції (послугах);

- гарантування безпеки праці та інвестування в розвиток людського капіталу;

- дотримання законодавства;

- турботу про довкілля;

- ефективне ведення бізнесу з метою підвищення конкурентоспроможності в інтересах підприємства зокрема та суспільства загалом.

Варто зазначити, що добре продумана та ефективно функціонуюча система КСВ дає змогу компаніям не лише робити позитивний внесок у соціальне благополуччя та екологічну стабільність, але й сприяє підвищенню результативності бізнесу. Виділимо основні складові частини позитивного впливу КСВ на підвищення ефективності бізнесу.

1. Покращення корпоративного іміджу. Є найбільш очевидним результатом діяльності підприємств у галузі КСВ, що сприяє росту нематеріальних активів соціально відповідальних компаній, підвищує вартість їх бренду та формує кредит довіри, що в підсумку здійснює позитивний вплив на рівень продаж, якість взаємодії з діловими партнерами та іншими зацікавленими сторонами.

2. Побудова довгострокових відносин із зацікавленими сторонами. Дає змогу виявити очікування усіх зацікавлених сторін щодо форми вияву соціальної відповідальності підприємства. Як наслідок – компанія формує навколо себе позитивне середовище, яке сприяє ефективності її бізнесу за рахунок підтримки з боку широкого кола зацікавлених сторін.

3. Запровадження інновацій. Розуміння потреб зацікавлених сторін дасть змогу бізнесу пропонувати продукцію та послуги, які затребувані суспільством, освоювати нові ринки. У даному разі бізнес є провайдером інновацій передусім у свою основну діяльність, у тому числі через підтримку наукових досліджень, освоєння виробництва соціально значимої продукції. Результатом застосування інноваційного підходу буде підвищення конкурентоспроможності підприємства та ріст ефективності його діяльності.

4. Вихід вітчизняного виробника на світові ринки та залучення іноземних інвестицій. Процес визначення інвестиційної привабливості компаній на світових фондових ринках передбачає врахування їх ефективності в галузі КСВ.

5. Забезпечення економії. Запровадження ресурсозберігаючих технологій із високою продуктивністю створює додаткові можливості економії всіх видів ресурсів та зниження обсягів відходів виробництва, що є на сьогодні дуже актуальним для вітчизняної економіки.

6. Підвищення лояльності персоналу. Створення привабливих умов праці та можливостей для професійного і кар'єрного росту,

формування корпоративної культури, яка ґрунтується на загальнолюдських цінностях, дає змогу залучати та втримувати висококваліфікованих спеціалістів. Як показали останні дослідження, працівники за інших рівних умов надають перевагу соціально відповідальним компаніям-роботодавцям.

7. Підвищення ефективності управління та мінімізація нефінансових ризиків. Урахування екологічних і соціальних аспектів у процесі прийняття управлінських рішень дає компанії змогу розширити горизонти планування своєї діяльності, врахувати більшість ризиків та використати всі наявні можливості, що створює міцне підґрунтя для стійкого довгострокового розвитку підприємства.

Висновки з цього дослідження. Таким чином, корпоративна соціальна відпові-

дальність повинна враховувати інтереси та сприяти підвищенню якості життя всіх зацікавлених сторін компаній, до яких належать співробітники, акціонери, інвестори, клієнти, ділові партнери, органи державної влади тощо та суспільство в цілому. При цьому принципи КСВ повинні запроваджуватися в діяльність компаній на основі системного підходу та мають бути інтегровані у всі її бізнес-процеси.

Перспективами подальших досліджень за темою статті можуть бути: вивчення передового міжнародного та вітчизняного досвіду практичної реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності; дослідження впливу корпоративної соціальної відповідальності на інноваційний розвиток вітчизняних підприємств.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Офіційний сайт ДП «Укрметртестстандарт» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.csm.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=633%3A1-iso-26000-&catid=41%3A2009-10-16-12-08-07&lang=uk.
2. Porter M., Kramer M. «Strategy and Society: the Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility»; Harvard Business Review, 2006.
3. Калита П. Сталий розвиток. Корпоративна соціальна відповідальність. Ділова досконалість / П. Калита // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2013. – № 1. – С. 31–36.
4. Carroll A. B. 1991. The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organization stakeholders / A. B. Carroll // Business Horizons. –Vol. 34(4). – P. 42.
5. EFQM. Модель Совершенства – EFQM 2010. – К. : УАЯ, 2011. – 35 с.
6. Колот А.М. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів / А.М. Колот // Економічна теорія. – 2013. – № 4. – С. 5–26 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecte_2013_4_2.
7. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність : [навч. посіб.] / О.О. Охріменко, Т.В. Іванова ; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». – К., 2015. – 180 с.
8. Пермінова Г.В. Аналітично-концептуальні підходи до проблеми корпоративної соціальної відповідальності / Г.В. Пермінова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : visnyk-ppsp.kpi.ua/article/view/32124.
9. Пермінова А.В. Корпоративна соціальна відповідальність як вимога часу / А.В. Пермінова // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2010. – Вип. 2. – С. 55–64.
10. Новіков В., Жогло В. Програми соціальної відповідальності / В. Новіков, В. Жогло // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2013. – № 1. – С. 26–30.
11. Ярова В.В. Категорія «соціальна відповідальність»: теоретичні джерела, еволюція підходів до визначення, практика розвитку / В.В. Ярова // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. – 2013. – № 4. – С. 63–69 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VAPSV_2013_4_13.