

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ

Визначено зміст корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як чинника сталого розвитку. Доведено, що основною перешкодою сталому соціально-економічному розвитку України є брак соціальної відповідальності з боку державної влади, бізнесу і громадянського суспільства, а подальший розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання усіх форм власності напряму залежить від запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності. У статті наголошено, що управління бізнесом на основі принципів сталого розвитку допомагає не тільки покращити ділову репутацію та знизити ризики, а й підвищити вартість компанії в довготерміновій перспективі. Обґрунтовано необхідність діяльності компаній в напрямку побудови зрозумілих і ефективних відносин з регіональною та місцевою владою, громадянським суспільством. Доведено, що кожне підприємство, яке планує довго й успішно працювати на ринку, має зрозуміти стратегічну значимість цієї роботи для стійкості свого бізнесу. Виділено основні рівні реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності. Доведено, що добровільна відкрита звітність дає компанії змогу продемонструвати свою прихильність принципам концепції КСВ і сталого розвитку, стати прозорою для суспільства й надати значиму для неї інформацію в рамках корпоративної екологічної, соціальної та етичної результативності.

Окреслено основні переваги подання звітності з КСВ та сталого розвитку, серед яких – урахування думок зацікавлених осіб, виявлення і попередження нефінансових ризиків та формування позитивної ділової репутації, подальші поліпшення внутрішніх процесів в організації тощо. На основі узагальнення положень провідних науковців запропоновано набір ефективних засобів і методів підтримки соціальної відповідальності бізнесу, який повинні реалізувати державні органи влади, а саме: проведення соціальних форумів у регіонах та запрошення бізнесу до участі в них; реалізація спеціальних цільових програм і соціальних інвестицій шляхом залучення до їх фінансування бізнесу; участь представників місцевих органів управління в заходах бізнесу; проведення спеціальних заходів для розвитку соціального партнерства за участю всіх його сторін.

The content of corporate social responsibility (CSR) is defined as a factor of sustainable development. It is proved that the main obstacle to sustainable social and economic development of Ukraine is the lack of social responsibility on the part of the government, business and civil society, and the further development of domestic business entities of all ownership forms depends on the implementation of corporate social responsibility. The article notices that business management based on the principles of sustainable development not only helps improve the reputation and reduce the risks, but also increase the company's value in long-term prospects. The necessity of companies' activities towards building clear and effective relations with regional and local authorities, civil society is grounded. It is proved that every company, which plans a long and successful activity in the market, should understand strategic importance of this activity for their business stability. Basic levels of implementing the concept of corporate social responsibility are highlighted. It is proved that voluntary disclosure allows companies to demonstrate their commitment to the concept of CSR and sustainable development, be transparent to the public and to provide meaningful information within the corporate environmental, social and ethical performance.

The basic advantages of CSR report and sustainable development, taking into account stakeholders views, identifying and warning non-financial risks and forming a positive business reputation, further improving internal processes in organization etc. are outlined. Based on summarizing statements of leading scientists, it is proposed a set of effective tools and methods of supporting business social responsibility that state authorities must implement, namely holding social forums in regions and inviting businesses to participate in them; implementing special programs and social investment through involvement of business financing; participating local authorities representatives in business events; organizing special events for social partnership development involving all their parties.

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

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

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. «Забезпечення сталого розвитку людства – найважливіша проблема, що стоїть перед світовою спільнотою». Таку заяву зробила в 1987 році Генеральна Асамблея ООН. Від-

тоді ці слова не втратили актуальності – концепцію сталого розвитку активно обговорюють і тепер.

Світова спільнота розробила систему стандартів та рекомендацій щодо запровадження сталого розвитку, а саме: стандарт ISO 14000 у галузі систем екологічного менеджменту, Global Reporting Initiative (GRI) – рекомендації щодо звітності в галузі сталого розвитку, міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000, ISO 9001:2000 тощо. Сталий розвиток ООН визначила основним напрямом розвитку цивілізації на XXI століття. Україна належить до тих держав, які зобов'язалися запровадити в систему господарювання принципи сталого розвитку [8, с.12].

Забезпечення сталого розвитку України пов'язане з вирішенням низки важливих питань, а саме: відродження вітчизняного виробництва, підвищення його конкурентоспроможності, формування соціально орієнтованої економіки тощо. Однією з ключових проблем на сьогодні є проблема соціальної відповідальності бізнесу, тобто його відповідальності перед місцевою громадою або суспільством в цілому. Можемо спостерігати неоднозначні процеси в цій галузі: з одного боку – зростання активності підприємств великого бізнесу, а з іншого – нерозуміння малими та середніми підприємствами ролі та значення соціальної відповідальності бізнесу в забезпеченні сталого розвитку. Вітчизняний малий бізнес обмежується, як правило, лише добродійністю місцевого масштабу, вважаючи її своєю основною формою соціальної відповідальності. Тільки великі підприємства ведуть активний діалог з місцевими громадами, впроваджують сучасні міжнародні стандарти соціально орієнтованого та екологічного менеджменту, публікують свої соціальні звіти.

Незважаючи на поширення практики впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у діяльність окремих українських компаній, керівництво більшості підприємств усе ще не усвідомлює переваг від переходу на якісно новий рівень ведення бізнесу, що й обумовлює актуальність даної проблематики та необхідність подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання проблеми. Окремі аспекти проблематики корпоративної соціальної відповідальності досліджували такі зарубіжні вчені як К. Девіс, А. Керролл, Ф. Котлер, М. Креймер, М. Портер та вітчизняні – Ю. Бас, Д. Баюра, Г. Єлистратова, А. Зарецький, П. Калита, І. Лебедев, Б. Новіков, О. Охріменко, А. Харламова та ін.

Проте аналіз опублікованих за даною проблематикою праць [1–11] дав змогу зробити висновки про те, що питання формування та реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності недостатньо розроблені як у науковому, так і в практичному аспектах.

Метою даного дослідження є вивчення взаємозв'язку між корпоративною соціальною відповідальністю та сталим розвитком, розроблення теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо впровадження принципів соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вважається, що основними перешкодами на шляху України до сталого розвитку є обмеженість ресурсів, гострота проблем, пов'язаних зі складним періодом соціально-політичних і економічних перетворень, застарілі структура та низький технологічний рівень промисловості. Все це, безумовно, так, але основною перешкодою сталому соціально-економічному розвитку України є брак соціальної відповідальності з боку державної влади, бізнесу і громадянського суспільства. Світовий досвід свідчить, що сталий гармонійний розвиток можливий лише за умов належного рівня соціальної відповідальності цих головних суб'єктів соціуму, насамперед бізнесу, враховуючи його провідну роль у суспільстві [6, с.109].

Незважаючи на складну економічну ситуацію в Україні, подальший розвиток вітчизняних суб'єктів господарювання усіх форм власності напряму залежить від запровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності.

Варто зазначити, що під соціальною відповідальністю компанії розуміють її діяльність за трьома видами відповідальності: економічною (якість та безпека продукції і послуг, їх фізична й цінова доступність), екологічною (зниження рівня шкідливих викидів і зменшення інших навантажень на навколишнє середовище) та соціальною (інвестування у розвиток колективу компанії, реалізація зовнішніх соціальних проектів тощо). Враховуючи це, можна стверджувати, що корпоративна соціальна відповідальність є складовою корпоративного управління, а не просто функцією зв'язків із громадськістю.

Така діяльність, що відбивається в системі економічних, екологічних та соціальних показни-

ків сталого розвитку, реалізується через діалог з суспільством та є важливою складовою стратегічного планування та управління компанією. Відповідно рішення в галузі корпоративної соціальної відповідальності приймають усі взаємопов'язані рівні корпоративного управління (власники компаній, ради директорів і менеджери).

Тобто будь-які виробничі та економічні рішення приймають з урахуванням їх соціальних і екологічних наслідків для окремих компаній та суспільства в цілому. За таких умов корпоративна соціальна відповідальність перетворюється на потужний фактор стратегічного розвитку, зміцнення ділової репутації та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Фактично корпоративна соціальна відповідальність – це політика і реалізація стратегії сталого розвитку компанії. Вплив соціальної відповідальності на привабливість бізнесу для інвесторів важко переоцінити: кожен інвестор, приймаючи серйозне рішення щодо купівлі пакетів акцій тієї чи іншої компанії, оцінює весь спектр ризиків, в тому числі екологічні та соціальні. Тобто, компанія може бути привабливою з погляду поточної прибутковості, проте нестійкою щодо здійснення екологічної та соціальної діяльності.

Погоджуємося з твердженням науковця І. Лебедева, який розглядає корпоративну соціальну відповідальність як активну соціальну позицію підприємства, яка спрямована на сталий розвиток та передбачає сумлінне дотримання законодавства, стандартів і угод із соціального партнерства, а також добровільно прийнятих додаткових зобов'язань щодо задоволення економічних та соціальних потреб внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, місцевих громад і суспільства в цілому [6, с.112].

Отже, корпоративна соціальна відповідальність компанії – це її внесок в економічну, екологічну й соціальну діяльність, що забезпечує та підтримує сталий розвиток як самої компанії, так і регіону, на території якого вона діє, та, відповідно, суспільства в цілому.

Вітчизняні науковці Д. Баюра та Ю. Червіна результатом взаємозв'язку сталого розвитку та соціальної відповідальності визначають зниження негативного впливу інтегрованих структур на довкілля. Тільки та інтегрована структура, яка виконує економічні, соціальні та екологічні вимоги, є соціально відповідальною. Це робить таку структуру бізнесу стійкою не тільки в отриманні прибутку, а й стабільно розвинутою у довготерміновій перспективі [2].

Будь-яке підприємство бажає досягнути успіху в підприємницькій діяльності, отримувати максимальні прибутки, а, отже, бути кращим за своїх конкурентів. Проте не всі суб'єкти господарювання є успішними. Досягати успіху можуть лише ті підприємства, які сповідують власну ідеологію, мають чітко сформульовані місію та цілі, добре дбають про свою ділову репутацію [10].

Таким чином, управління бізнесом на основі принципів сталого розвитку допомагає не тільки поліпшити ділову репутацію та знизити ризики, а й підвищити вартість компанії в довготерміновій перспективі.

З цією метою кожна соціально відповідальна компанія має намітити та виконати низку завдань, а саме:

- 1) налагодити взаємодію з зацікавленими сторонами або підвищити ефективність такої співпраці;
- 2) дослідити необхідність здійснення ефективних заходів з управління екологічними і соціальними ризиками та розробити плани їх реалізації;
- 3) визначити пріоритетні напрямки діяльності в сфері сталого розвитку; забезпечити відповідність соціальної стратегії корпоративним цілям компанії;
- 4) зміцнити ділову репутацію компанії, зокрема, підвищенням рівня прозорості діяльності в сфері сталого розвитку.

Відповідно, кожна компанія має спрямовувати свої зусилля в напрямку розроблення і реалізації стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ); формування регламентів компанії в галузі сталого розвитку; підготовки звітності в галузі сталого розвитку, яка відповідає міжнародним стандартам тощо.

Корпоративна соціальна відповідальність – це сукупність таких принципів управління, які компанія прийняла добровільно. Вони значно впливають на процес прийняття рішень на кожному рівні управління; ґрунтуються на відповідальному ставленні та враховують побажання усіх зацікав-

лених сторін, що є стратегічно важливими для стійкого розвитку бізнесу. Такий підхід сприятиме тому, що в соціально відповідальних компаніях ця діяльність буде здійснюватися через діалог із суспільством, застосовуватись при стратегічному плануванні та управлінні компанією, а також відображатися в системі економічних, екологічних та соціальних показників. Суть цієї діяльності полягає в тому, що будь-які виробничі та економічні рішення приймаються з урахуванням їх соціальних і екологічних наслідків для окремої компанії та суспільства загалом. Тільки за такого підходу до корпоративної соціальної відповідальності вона перетворюється в потужний чинник стратегічного розвитку, зміцнення ділової репутації та конкурентоспроможності компанії.

Корпоративна соціальна відповідальність у широкому розумінні трактують як ведення бізнесу з урахуванням потреб власного персоналу, місцевих громад і навколишнього природного середовища. Використання принципів КСВ сприяє ефективнішому досягненню підприємствами їх стратегічних цілей, тому що дає змогу здійснювати довготермінові інвестиції в створення сприятливого соціального середовища. Однак систему соціальної спрямованості вітчизняні підприємства тривалий час сприймають лише як джерело необґрунтованих додаткових витрат [3].

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність – це вклад бізнесу в стійкий економічний розвиток, добровільна ініціатива керівників компанії з розроблення та реалізації певних соціальних неприбуткових заходів, які мають на меті якісне покращення зовнішнього середовища компанії.

Отже, кожне підприємство, яке планує довго та успішно працювати на ринку, має зрозуміти стратегічну значимість цієї роботи для стійкості свого бізнесу. Діяльність компаній у даній галузі необхідно здійснювати в напрямку побудови зрозумілих і ефективних відносин з регіональною та місцевою владою, громадянським суспільством.

На рисунку 1 зображено рівні реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності.

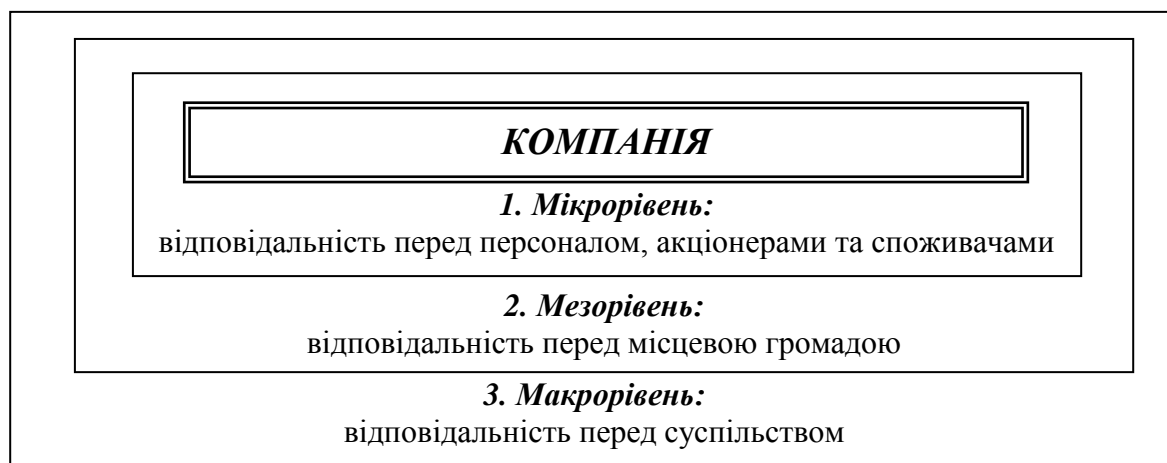


Рис. 1. Рівні реалізації концепції корпоративної соціальної відповідальності

Відповідно, діяльність компаній щодо подальшого розвитку корпоративної соціальної відповідальності доцільно здійснювати за такими основними напрямками:

1. Розробляти та впроваджувати Програму гідної праці, що передбачає продуктивну зайнятість, створення безпечних і сприятливих умови праці та її справедливую оплату, участь працівників у прибутках підприємств і управлінні, удосконалення соціально-трудових відносин.
2. Розвивати соціальне партнерство на всіх рівнях, домагатися надання тристороннім угодам статусу нормативних актів, підвищувати їх значення у суспільному житті.
3. Розвивати людський і соціальний капітал.
4. Продовжити розроблення української моделі корпоративної соціальної відповідальності [6, с. 115].

Сьогодні багато компаній оголосили про запуск глобального плану зі сталого розвитку, орієнтованого на зростання та розвиток бізнесу відповідно до потреб суспільства. Керівництво компаній чітко усвідомлює, що вони несуть велику відповідальність не тільки за прибутки підприємства, але й

за зміну світу на краще.

На думку голови Ради директорів і головного виконавчого директора PepsiCo Індра Нуйї, щоб забезпечити успіх у сучасному світі, корпорації повинні сфокусуватися на досягненні бездоганних результатів у трьох напрямках: виконання високих фінансових показників, забезпечення стабільного зростання та розвитку, а також задоволення потреб суспільства. За перших десять років, присвячених місії «Відповідально до мети», компанія довела, що здатна досягати високих результатів і разом з тим допомагати суспільству. Компанія PepsiCo суттєво збільшила вартість акціонерного капіталу і водночас зробила значні кроки назустріч розв'язанню пріоритетних проблем у сфері захисту навколишнього середовища, здоров'я та добробуту людей [9].

При цьому добровільна відкрита звітність дає компаніям змогу продемонструвати свою прихильність принципам концепції КСВ та сталого розвитку, стати прозорою для суспільства і надати значиму для неї інформацію в рамках корпоративної екологічної, соціальної та етичної результативності.

Соціально-екологічна звітність і звітність в галузі сталого розвитку є інструментом корпоративного управління, що дозволяє систематизувати діяльність компанії в нефінансовій сфері (соціальні, екологічні та інші програми й ініціативи). Крім того, даний вид добровільної звітності допомагає поліпшити якість стратегічного і оперативного управління, що веде до підвищення стійкості і керованості компанії в цілому. Міжнародне визнання такої практики інформування стало результатом високої ефективності даного елемента управління для організацій будь-яких типів та величини (комерційних і некомерційних, державних і приватних, виробничих і тих, що працюють в сфері послуг).

У науковій літературі виділяють такі основні переваги подання звітності з КСВ та сталого розвитку:

- 1) дає змогу виявити очікування зацікавлених сторін щодо діяльності компанії і роз'яснити свою стратегію в галузі КСВ;
- 2) демонструє наскільки були враховані думки зацікавлених сторін і формує довготермінову довіру і співпрацю з ними;
- 3) служить ефективним інструментом виявлення, попередження і зниження нефінансових ризиків та формування позитивної ділової репутації (як відповідального роботодавця, партнера, громадянина);
- 4) дозволяє представити досягнуті показники ефективності в галузі КСВ й сталого розвитку, оцінити їх і врахувати в процесі прийняття рішень на всіх рівнях управління;
- 5) дає змогу відстежити відповідність компанії принципам постійного вдосконалення і стимулює подальші поліпшення внутрішніх процесів.

На сьогодні в світі існує близько 30 міжнародних стандартів у галузі КСВ. Вони призначені для оцінювання та управління заходами КСВ, а також містять вимоги щодо подання звітності. Для кращого сприйняття і впровадження на корпоративному рівні ці стандарти доцільно згрупувати за чотирма основними групами залежно від сфери і цілей їх використання:

1. Керівні принципи та кодекси поведінки (Керівні принципи Amnesty International щодо дотримання прав людини для компаній, Глобальний договір ООН та ін.);
2. Системи управління і схеми сертифікації (Схема екологічного менеджменту й аудиту EMAS, еко-стандарти ISO 9000 та 14001, стандарт для оцінки соціальних аспектів систем управління SA 8000 та ін.);
3. Рейтингові індекси (індекс Доу Джонса зі сталого розвитку DJSI, етичні індекси FTSE4Good та ін.);
4. Системи підготовки звітності (Глобальна ініціатива щодо подання звітності в галузі сталого розвитку GRI і процесний стандарт розроблення звітів AA1000S). Варто зазначити, що один з найбільш визнаних і використовуваних нині міжнародних стандартів – це Керівництво глобальної ініціативи зі звітності у сфері сталого розвитку (Guidelines of Global Reporting Initiative, GRI). Даний стандарт структурований за принципом «трьох кошиків» (Triple Bottom Line): економіка компанії, екологія виробництва і соціальна політика.

Стандарт Глобальної ініціативи щодо подання звітності в галузі сталого розвитку GRI – це стандарт, орієнтований на результат, який визначають за показниками економічної, виробничої, екологічної та соціальної результативності. Нині дана форма звітності найкраще розкриває інформацію в галузі соціально-екологічної відповідальності компаній.

Проте сьогодні в Україні лише незначна частка бізнесу активно впроваджує форми щорічної звітності з використанням базових принципів, елементів і показників результативності міжнародних стандартів.

Варто зазначити, що на місцевому та регіональному рівнях взаємна співпраця часто здійснюється в досить ефективних формах соціального партнерства. В свою чергу державні органи влади мають реалізувати певний набір ефективних засобів і методів підтримки соціальної відповідальності бізнесу, а саме:

- проведення соціальних форумів в регіонах та запрошення бізнесу для участі в найважливіших заходах, які організовує місцева влада;
- реалізація спеціальних цільових програм і соціальних інвестицій залученням до їх фінансування бізнесу;
- участь представників місцевих органів влади в так званих соціальних діалогах з бізнесом для вироблення конкретних рекомендацій щодо розвитку своїх громадських програм;
- здійснення спеціальних заходів для розвитку соціального партнерства за участю всіх його сторін: влади, бізнесу та суспільства.

Отже, лише завдяки реалізації заходів з підтримки соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу та побудові стабільних партнерських відносин можна забезпечити сталий розвиток суспільства.

Досвід розвинених країн переконливо свідчить, що реалізація концепції сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності спроможна дати вагомий економічний і соціальний ефект. Для України це чи останній шанс вивести країну з кризового стану, однак таке навряд чи можливе без наполегливої праці держави, бізнесу і громадянського суспільства [6, с. 115].

Висновки. Підсумовуючи викладене, варто зазначити, що корпоративна соціальна відповідальність – це не лише відповідальність компанії перед працівниками та підприємствами, з якими вона стикається в процесі своєї діяльності, перед місцевою громадою та суспільством в цілому, а й цілісна філософія організації підприємницької діяльності, якої дотримуються компанії, що мають на меті забезпечення гідного рівня життя людей, збереження навколишнього середовища і, відповідно, сталого розвитку суспільства.

Література

1. Бас Ю. Корпоративна соціальна відповідальність та сталий розвиток. – [Електронний ресурс] / Ю. Бас. – Режим доступу: <http://www.stelmaschuk.info/archive-internet-conference/54-conferencia-1-11-2012/354-2012-11-01-06-57-27.html>
2. Баюра Д. О. Соціальна відповідальність як елемент сталого розвитку інтегрованих структур – [Електронний ресурс] / Д. О. Баюра, Ю. В. Червіна. - Режим доступу: http://tppe.econom.univ.kiev.ua/data/2013_28/zb28_19.pdf
3. Єлистратова Г. І. Забезпечення сталого розвитку підприємств на основі принципів КСВ – [Електронний ресурс] / Г. І. Єлистратова. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/userfiles/ec_pidpr_th_pr_4/3/Elistratova.doc
4. Зарецький А. Д. Корпоративная социальная ответственность: от благотворительности к имиджу / А. Д. Зарецький // Экономика: теория и практика. – 2011. – № 1 (21). – С. 9–14.
5. Калита П. Сталий розвиток. Корпоративна соціальна відповідальність. Ділова досконалість / П. Калита // Стандартизація, сертифікація, якість. – 2013. – №1. – С. 31–36.
6. Лебедєв І. В. Забезпечення сталого розвитку на засадах корпоративної соціальної відповідальності / І. В. Лебедєв // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – №1 (139). – С. 106–116.
7. Новіков Б. В. Соціальна робота в Україні: нові виміри менеджменту з корпоративно-соціальної відповідальності / Б. В. Новіков, Л. М. Димитрова // Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Соціальна робота і сучасність: теорія та практика»: 20–21 травня 2010 р. – К.: НТУУ «КПІ», 2010. – С. 298–299.

8. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навч. посіб. / О. О. Охріменко, Т. В. Іванова. – К.: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. – 180 с.
9. Сайт компанії Pepsi Co [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.pepsico.ua/media/press_releases/releases_1172.html
10. Сарай Н. І. Роль ділової репутації в забезпеченні стійкості функціонування промислового підприємства / Н. І. Сарай // Сталій розвиток економіки. – 2016. – № 2 [31]. – С. 94–100.
11. Харламова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність необхідний чинник формування корпоративної стратегії / А. О. Харламова // Ефективна економіка. – 2012. – № 2.