

К. В. СЕРЕДЮК

<https://orcid.org/0000-0001-6592-3947>

Міжрегіональна Академія управління персоналом, м. Київ

УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Наукові праці МАУП. Серія Економічні науки, 2019, вип. 57(1), с. 20–26

<https://doi.org/10.32689/2523-4536-2019-01/57-20-26>

Висвітлено сутність та основні методи і форми управління корпоративною соціальною відповідальністю, а також досліджено крос-культурні особливості і smart-інституціоналізацію системи соціальної відповідальності бізнесу.

Глобалізація ринку та перехід України до сталого економічного розвитку не лише визначають напрями управління новітніми технологіями у відповідних галузях, а й виступають об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Інтеграція нашої країни до європейського і світового співтовариств потребують певних змін у сучасній практиці управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ), виникає необхідність запровадити взаємодію держави і підприємництва, а також суспільства і підприємництва, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя та процесу управління загалом, потрібно створити певні умови для їх існування. Незважаючи на стрімке поширення впровадження КСВ у західних компаніях, на вітчизняних підприємствах ці процеси перебувають у зародковому стані, передусім це пов'язано з відсутністю в Україні науково-методичних засад, загальноприйнятих стандартів і моделей корпоративної соціальної відповідальності. Українському бізнесу поки що не вистачає знань і чіткого уявлення всієї важливості впровадження такої діяльності, він недостатньо поінформований про переваги та користь, які можна почерпнути від впровадження методів та принципів соціальної відповідальності в умовах інформаційного суспільства, яке трактує сьогодення. Саме застосування новітніх бізнес-технологій, smart економіки з її принципами інтелектуалізації та інституціоналізації дасть змогу українському бізнесу вийти на новий рівень і сформувати сучасний імідж соціально-орієнтованої компанії [1].

У сучасних умовах наукове вивчення особливостей розвитку концепцій управління корпоративною соціальною відповідальністю у світі проводять такі зарубіжні науковці, як М. Брун, Г. Боуен, Д. Вайс, Д. Віндзор, Т. Доналдсон, Е. Карнегі, Р. Каплан, А. Керол, Ф. Котлер, М. Фрідман. Саме їхні праці є фундаментом класичного розуміння КСВ. Не можна залишити

поза увагою і таких українських вчених, як: Л. О. Матвійчук, Л. В. Хорева, Г. Ф. Остапенко, Ю. М. Петренко, Я. В. Шокола, М. Л. Теодорович, О. Т. Цуцьева, А. Т. Гобозова та ін. Різним аспектам розвитку та управління корпоративної соціальної відповідальності присвячено немало наукових праць, водночас у теорії та практиці управління корпоративною відповідальністю, особливо в Україні, залишається багато проблемних і малодосліджених питань.

Визначенню підлягають поняття корпоративної соціальної відповідальності, а також слід дослідити сучасний стан та розробку напрямів системи впровадження КСВ на сучасних підприємствах.

Особливості трактування поняття “соціальна відповідальність” в Україні визначає основні результати соціальної діяльності. Звертаючи увагу на думки дослідників соціальна відповідальність бізнесу є усвідомленням користі та ефективності від використання ринкових механізмів вирішення соціальних проблем у гармонійному поєднанні їх з державним регулюванням. Поштовхом до розвитку соціальної відповідальності бізнесу стала об’єктивна потреба підприємств, які зацікавлені у співпраці зі стейкхолдерами, в роботі висококваліфікованих спеціалістів, підвищенні своєї конкурентоспроможності та певному інтересі бізнес-ангелів і партнерів до виявів їх активності. Вихід на внутрішній ринок великих іноземних компаній дав новий поштовх до розвитку соціальної відповідальності, в результаті чого почав формуватися вітчизняний інститут соціальної відповідальності, про що активно обговорюють як у ділових колах, так і на підприємствах загалом.

Важливою умовою здійснення КСВ є її характеристика, пропоную схарактеризувати її наступним чином:

- прозорість;
- інтегрування бізнес-процесів;
- добровільність.

Таким чином, корпоративна соціальна відповідальність підприємства повинна бути прозорою, що дасть змогу зміцнити імідж та сформувати певну репутацію підприємства; дуже важливим є інтегрування бізнес-процесів, що забезпечить можливість проведення реструктуризацій та організаційних процесів управління, підтримання зв’язку топ-менеджменту підприємств, їхнього персоналу та громадських організацій; добровільність-ініціатива повинна іти від самих підприємств, адже екологічна політика і використання природних ресурсів, розвиток персоналу, його здоров’я, безпека і охорона праці відіграють надзвичайно важливу роль у процесі управління.

На сьогодні соціальна відповідальність в Україні знаходиться на стадії свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є іноземні компанії, для яких корпоративна соціальна відповідальність займає вагоме місце в процесі управління, вони намагаються запровадити на українському ринку сучасні світові тенденції, показати практику управління, створити певні принципи і стандарти, з якими можна буде працювати. В Україні ще не сформувалася власна модель соціальної відповідальності(СВ). Це можна підтвердити результатами опитування підприємств щодо необхідності впровадження СВ:

було виявлено, що лише половина опитаних (53,3 %) підтримують ідею запровадження політики соціальної відповідальності, 41,1 % — не вважають це за потрібне, а останні 5,6 % компаній зазначили, що не вбачають ніякого сенсу в запровадженні такої практики. Майже третина вітчизняних компаній заявила, що не здійснює заходи із соціальної відповідальності й для більшості з них ці заходи не є актуальними через брак коштів. Кожна десята компанія вважає, що ця функція належить державі, а не бізнесу. І лише 29,6 % підприємств мають власну стратегію СВ [2, 47].

Розвиваючи попередні уявлення, слід виділити наступні 7 напрямів системи впровадження КСВ на підприємствах:

- корпоративне управління;
- права людини;
- трудові відносини;
- прозорі операційні практики;
- екологічні практики;
- захист прав споживачів;
- розвиток і підтримка місцевих територіальних громад.

Ці напрями є надзвичайно важливими характеристиками сучасної бізнесової культури підприємництва в Україні, їх поєднання в систему дасть змогу створити не тільки корпоративну соціальну відповідальність підприємств, а й відповідальність громадян, працівників, менеджерів, бізнес-ангелів, представників місцевих громад та ін. Саме створення “соціально-спільного підприємства” зможе задовольнити як економічні, так і психологічні, соціальні, політичні та інші очікування суспільства.

Якщо скористатися практикою іноземних країн, то переважна більшість уже зараз приймають закони, що стосуються звітності КСВ, таким чином вітчизняні підприємства мають бути готові до того, що така практика може бути залучена і до нашої країни.

Якщо уявити КСВ у вигляді піраміди, то вона матиме наступний вигляд:



Піраміда корпоративної соціальної відповідальності
[розробка автора]

Як зображено на рисунку, КСВ — це системність. КСВ не може існувати без підтримки топ-менеджерів, саме їхня підтримка, як головного керуючого на підприємстві, відіграє надзвичайно важливу роль, потрібно слухати працівників та шукати людей зі схожими цілями.

Наступним рівнем є діалог зі стейкхолдерами. Стейкхолдер (англ. *stakeholder*) — сучасне поняття, яке описує людину, групу осіб або окремі організації, чії дії, поведінка або рішення можуть впливати на діяльність компанії. За стандартною класифікацією стейкхолдерів поділяють на внутрішні (працівників та засновників компанії, фактичних інвесторів тощо) та зовнішні (споживачів продукції, постачальників, посередників, представників суспільства і держави, а також безпосередньо навколишнє середовище тощо). Управління стейкхолдерами має здійснюватись на наступних засадах: повага до думки стейкхолдерів; підприємство має не тільки пасивно підлаштовуватися під стейкхолдерів, а й активно управляти ними; інтереси стейкхолдерів не завжди мають під собою фінансову основу; необхідно здійснювати постійний моніторинг стейкхолдера, оскільки не можливо керувати об'єктом, який не вивчений; своєчасне інформування та взаємодія на регулярній основі із стейкхолдерами; дотримання взятих зобов'язань і вимога їх дотримання від зацікавлених сторін [2].

Наступний рівень піраміди — це важливі питання, вони виникають після діалогу зі стейкхолдерами, які є актуальними та важливими для підприємства, даний діалог спонукає до наступного рівня, а саме розробки правильної стратегії управління КСВ підприємства, розроблення плану та представлення звітності.

Виглядає слушною думка О. В. Піменової стосовно системи управління КСВ, яка передбачає: 1) визначення зовнішніх і внутрішніх обмежень; 2) визначення цільового стану системи і цільових критеріїв; 3) аналіз поточного стану системи; 4) визначення політик і програм соціальної відповідальності; 5) використання механізму управління [3]. Окрім зазначених складових управління в КСВ, на сьогодні досить активно формується така її складова як “Управління стейкхолдерами”. Пропонуються різні методи управління стейкхолдерами, які можуть доповнювати один одного: 1) розроблення та ведення “карти стейкхолдерів” (ідентифікація, ранжування та формування механізму взаємодії із стейкхолдерами); 2) стейкхолдер-аналіз економічних проектів з розробленням ієрархічної багаторівневої системи критеріїв на засадах загального підходу аналізу ієрархій; 3) формування процедури управління стейкхолдерами на засадах їх важливості відповідно до життєвого циклу підприємства. З погляду значення фінансів підприємства, сучасні дослідники описують специфіку КСВ її впливом як на ефективність усієї діяльності підприємства, так і на окремі види його діяльності: фінанси, маркетинг, а також відповідна інституціоналізація управління персоналом та виробничою функцією, як новий спосіб конструювання бізнес-процесів.

Характеризуючи КСВ як виокремлену діяльність, доцільно вказати на такі її форми: внутрішні форми КСВ (розвиток і підтримка персоналу, охорона здоров'я, безпечні умови праці, соціально-відповідальна реструктуризація

(звільнення персоналу у зв'язку з реорганізацією бізнесу); зовнішні форми КСВ (природоохоронна діяльність і ресурсозбереження, розвиток місцевої громади, розвиток добросовісної ділової практики; комбіновані форми КСВ (підвищення якості продукції, що випускається, приріст обсягів виробництва, приріст фонду оплати праці, створення додаткових робочих місць) [4].

КСВ у наші дні є світовою тенденцією формування відповідального бізнесу зі стійкою позитивною траєкторією розвитку, яка підкріплюється міжнародними договорами та відповідними організаціями, світовими та національними стандартами, а також істотним підвищенням відповідних очікувань суспільства до соціально відповідального розуміння діловими колами завдань своєї діяльності.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності підприємств в Україні має характеризуватися наступними аспектами:

1. Влада й бізнес повинні бути представлені одними особами.
2. Соціально активне поведіння (як функціональне завдання влади) повинне прямо впливати на репутацію підприємства загалом.
3. Соціально відповідальне підприємство має одержувати конкурентні переваги:

- з'являється доступ до інтелектуального капіталу через широкі можливості мотивації персоналу;
- збільшується цінність бренду й поліпшується імідж підприємства;
- корпоративна соціальна відповідальність підприємства впливає на вартість акцій, збільшує репутаційний капітал бізнесу, тобто гудвіл (goodwill);
- корпоративно соціально відповідальне підприємство більш приваблює для зовнішніх інвесторів.

Отже, КСВ сьогодні розвивається швидкими темпами, її значення в системі менеджменту підприємства зростає у зв'язку з еволюційними процесами створення економіки smart-варіанта. Досягнення найбільших результатів у створенні суспільного блага за допомогою практик КСВ можливе тільки за умови системного підходу до неї, що передбачає довгострокове планування, оцінку соціального ефекту і безперервну взаємодію з представниками місцевої громади, стейкхолдерами та працівниками підприємства загалом. Відповідно до такої тенденції створення “соціально-спільного підприємства” зможе задовольнити не тільки економічні, а й психологічні, соціальні, політичні та інші очікування суспільства, інституалізація економіко-організаційного механізму підприємства під впливом КСВ має відбуватися за допомогою поєднання трьох основних компонентів “екологізація, інтелектуалізація та соціалізація”. Досягнення підприємством конкурентних переваг завдяки КСВ залежить від формування на підприємстві конкретних управлінських процедур, напрямів, принципів та механізмів здійснення КСВ. Успішна організація зазначеного можлива тільки з поширенням концепції у всьому бізнес-співтоваристві та з підвищенням інформованості і розуміння підприємцями значущості й вигідності такої діяльності як для суспільства, так і для самої компанії. Саме застосування напрямів системи впровадження КСВ та

наявність своєчасного наукового забезпечення цих процесів, відповідна систематизація завдань, функцій, механізмів, інструментарію і своєчасної ідентифікації дасть змогу поліпшити сучасний стан розвитку КСВ підприємств в Україні.

Отже, інтеграція нашої країни до європейського і світового співтовариств потребують певних змін у сучасній практиці управління корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ). Виникає необхідність запровадити взаємодію держави і підприємництва, а також суспільства і підприємництва, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників суспільного життя та процесу управління загалом, для чого потрібно створити певні умови для їх існування.

Таким чином, у контексті дослідження обґрунтовано необхідність впровадження системи корпоративної соціальної відповідальності в практику управління вітчизняними підприємства та визначено вигоду від неї як для суспільства, так і для самого підприємства.

Джерела

1. Березіна О. Ю. Кількісна оцінка соціальної відповідальності корпорацій // Вісн. Укр. акад. банківської справи. 2012. № 1 (32). С. 97–101.
2. Калінеску Т. В., Ліхоносова Г. С., Альошкін В. С. Соціальна відповідальність: підручник. Сєвєродонецьк: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. 472 с.
3. Перекрестов Д. Г., Поварич И. П., Шабашев. В. А. Корпоративная социальная ответственность: вопросы теории и практики : монография. М.: Академия Естествознания, 2011. 437 с.
4. Рибак А. І., Азарова І. Б. Управління зацікавленими сторонами в проектному менеджменті: монографія. Одеса: ОДБА, 2017. 145 с.

Seredyuk K. Corporate Social Responsibility Management of Ukrainian Enterprises.

The integration of our country into the European and world communities in need of some changes in modern management practices corporate social responsibility (CSR), it is necessary to establish cooperation between the state and business, and society and business that would strengthen the mutual responsibility of all participants in public life and governance in general, you need to create certain conditions for their existence.

Despite the fact that many aspects of the development and management of corporate social responsibility are devoted to many scientific works, at the same time, in the theory and practice of corporate responsibility management, especially in Ukraine, there are a lot of problematic and poorly investigated issues.

The purpose of the article is to define the concept of corporate social responsibility, research of the current state and development of the directions of the implementation of CSR at modern enterprises.

The development of corporate social responsibility in Ukraine should be characterized by the following aspects: government and business should be represented by some individuals; socially active behavior (as a functional task of the government) should directly affect the reputation of the enterprise as a whole; a socially responsible enterprise should receive competitive advantages.

The achievement of the company's competitive advantage through CSR depends on the formation of specific management procedures, directions, principles

and mechanisms for implementing CSR at the enterprise. It is precisely the application of the directions of the CSR implementation system and the availability of timely scientific support for these processes, the corresponding systematization of tasks, functions, mechanisms, tools and timely identification will make it possible to improve the current state of CSR development in Ukraine.

In the context of the research, the necessity of introducing the system of corporate social responsibility into the practice of management of domestic enterprises has been substantiated and the benefits of it for the society as well as for the enterprise as a whole are determined.

<https://doi.org/10.32689/2523-4536-2019-01/57-20-26>

Надійшла 6 серпня 2019 р.