

Воронцова А.С., Пасенкова В.В., студентки 3-го курсу спеціальності «Облік і Аудит», ДВНЗ «Української академії банківської справи НБУ»
Науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту Пересадько Г.О.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ ФАКТОРІВ СТВОРЕННЯ КОМПАНІЇ МАЙБУТНЬОГО: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Постійний розвиток бізнесу і соціально-трудоких відносин, інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане з корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ).

Саме поняття «корпоративна соціальна відповідальність» не має загальноприйнятого визначення. Як його синонім найчастіше застосовуються терміни соціальна відповідальність бізнесу, корпоративне громадянство, інші. Наведемо декілька визначень КСВ.

За визнанням Форуму соціально відповідального бізнесу (Україна) - це відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Згідно з визначенням Європейського Альянсу корпоративної соціальної відповідальності, КСВ – це концепція залучення соціальних і екологічних напрямків у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами.

Міжнародна організація праці у своїй резолюції про сприяння життєво спроможним підприємствам зазначає, що КСВ – це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону.

За підходом Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, соціальна відповідальність підприємства – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та оточуючого суспільства.

Таким чином можна сказати, що корпоративна соціальна відповідальність – це вільний вибір компанії на користь відповідальності за підвищення добробуту суспільства через відповідні підходи до ведення бізнесу, вирішення соціальних проблем.

В зарубіжних країнах питанням корпоративної соціальної відповідальності підприємства приділяється значна увага. Наприклад, у Франції діє закон, згідно з якого кожна публічна компанія, що займається підприємницькою діяльністю, зобов'язана раз на рік звітуватися по проведених соціальних програмах та соціальних перспективах інноваційної діяльності. Щодо України, то вона поки що лише впроваджує корпоративну соціальну відповідальність в економіку, при цьому ефективність інноваційного розвитку набуває все більшої актуальності на конкурентному ринку.

Проаналізуємо головні переваги та недоліки корпоративної соціальної відповідальності.

Щодо переваг, то це можливість запобігання ризикам (соціальним, економічним, екологічним, юридичним), що залежить не стільки від професійності підприємства, скільки від існування та дотримання у суспільстві чітких норм корпоративної соціальної відповідальності. Причиною цього може слугувати те, ризики супроводжують будь-який бізнес і характеризуються особливим типом взаємозв'язку об'єктивних обставин та суб'єктивної діяльності, що сприяє як їх утворенню, так і вирішенню. Досягнення успіху у прийнятті сталих рішень у таких умовах значною мірою залежить від існування та дотримання у суспільстві чітко встановлених норм корпоративної соціальної відповідальності. Таким чином, якщо компанії України намагатимуться позбутися регіонального виміру, набути широкий закордонний простір,

невідворотно змушені бути відмовитися від вітчизняного варіанту суто родинно кланових бізнес-зв'язків і оволодівати КСВ.

По-друге, це покращення репутації, зміцнення позицій власного бренду та й загалом іміджу компанії. Так, наприклад, у щорічному рейтингу «TheFortuneGlobal 500» журналу FortuneInternational найбільш поважних компаній, одним із показників є соціальна відповідальність. Саме завдяки КСВ компанії спроможні демонструвати свою діяльність як «корпоративні громадяни». Але це не єдиний журнал, який займається побудовою рейтингу соціально відповідальних компаній. Так за даними журналу «GV Гвардія» перші щаблі рейтингу найкращих соціально відповідальних компаній у 2011 році займають такі компанії як, ЗАТ Систем Кепітал Менеджмент(перше місце)- найбільша багатогалузева фінансово-промислова група України, яка зайнята у металургійній, вугільновидобувній, електроенергетичній, банківській, страховій та багатьох інших сферах. Пріоритетним напрямком соціальних проектів СКМ є освіта. Друге місце посіло ЗАТ «Київстар Дж. Ес. Ем.», що зайнята переважно у сфері мобільного зв'язку. Дана компанія сконцентрувала свої зусилля на відповідальне ставлення до продукту та послуг («Безпека дітей в мобільному Інтернеті»), відповідальності по відношенню до соціальних потреб суспільства (благодійна ініціатива «Для людей, для країни!») та екологічної відповідальності. «Київстар». Також у п'ятірку кращих ввійшли й група компаній «НІКО» (третє місце), яка займається корпоративною благодійністю спрямовану на розвиток громад , ПАТ «МТС Україна» та ЗАТ «Оболонь».

Збільшення обсягу продажу та частки ринку відбувається внаслідок масової підтримки населенням тих компаній, які постійно публічно дотримуються принципів КСВ. Так, згідно досліджень вподобань споживачів у США попереднього року, 83% опитаних довіряють компаніям, що роблять внески у різні соціально-доброчинні справи, тобто є суспільно відповідальними.

Розширюються можливості для залучення нових, утримання і мотивування співробітників компанії. Адже це тісно пов'язано з рівнем оплати праці, наповненістю соціального пакету тощо.

Ще однією перевагою є оптимізація операційних процесів та зменшення виробничих витрат. Наприклад, це запровадження програм з енергозбереження, створення безвідходного циклу виробництва, підвищення екологічної безпеки виробництва, такі, як скорочення викидів в атмосферу.

Не забудьмо й про те, що КСВ пов'язана також з покращенням доступу до капіталів та лояльністю інвесторів. Розмірковуючи над цим напрямком впровадження КСВ, на особливу увагу заслуговують, зокрема, затверджені Нью-Йоркською Фондовою біржею «Принципи відповідального інвестування», які базуються на дотриманні соціальних, екологічних стандартів та принципів корпоративного управління у комерційних проектах при їх інвестуванні. Це була ініціатива ООН і її вже підтримали інвестиційні структури з 16 країн з загальним капіталом 2 трильйони доларів. Соціально відповідальне інвестування (Socially responsible investments (SRI)) у світі постійно зростає. Сьогодні активи тільки європейських SRI-фондів сягають \$15 млрд. Що ж до України, то наша держава поки що стоїть на порозі впровадження корпоративної соціальної відповідальності в сучасну економіку.

Корпоративна соціальна відповідальність сприяє налагодженню та побудові взаємовигідних відносин з іншими компаніями, урядовими структурами та неурядовими організаціями та поліпшує фінансові та економічні показники діяльності. Численні дослідження, проведені в різних країнах, показують практично прямий зв'язок між якістю політики соціальної відповідальності компанії і поліпшенням її фінансових показників.

Щодо недоліків, то це порушення принципу максимізації прибутку і додаткові витрати. Кошти, що направляються на соціальні потреби, є для підприємства витратами. В кінцевому рахунку ці витрати переносяться на споживачів у вигляді підвищення цін.

По-друге, це недостатній рівень звітності широкій публіці. Ринкова система добре контролює економічні показники підприємств і погано - їх соціальну залученість.

На рівні держави недоліком є вилучення коштів на соціальні програми за рахунок зменшення бюджетів економічних програм.

Зробимо висновок, що розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні не досить розвинений і характеризується нерівномірним розвитком бізнесу, неоднаковим ступенем використання різних форм соціальної відповідальності. В цілому, частка підприємств, які мають стратегію соціальної відповідальності, становить 29,6 %, лише 17,0 % має спеціальний бюджет або статтю в бюджеті для проведення програм чи заходів із соціальної відповідальності.

Політика КСВ спрямовується, в першу чергу, на заходи з захисту здоров'я та безпеки споживачів – наприклад, впровадження енергозберігаючих технологій сортування та утилізації відходів займає 26 %. Найменш поширеними є сфери щодо захисту природних ресурсів та взаємодії з громадою. Половина підприємств взагалі не приділяє уваги охороні навколишнього середовища. Тобто, в сучасних умовах, компанія майбутнього повинна бути орієнтованою не лише на максимізацію прибутку, а й дотримуватись принципів соціальної корпоративної відповідальності, адже КСВ може забезпечити підвищення добробуту суспільства та вирішення найважливіших соціальних проблем.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. FTSE4Good IndexSeries [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.bized.co.uk/learn/accounting/management/social/ftse.htm> – Назва з домашньої сторінки Інтернету
2. Аналітичний звіт щодо результатів дослідження "Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: стан та перспективи розвитку" Центру

- "Розвиток корпоративної соціальної відповідальності" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uniter.org.ua>.
3. Антошко Т.Р. Особливості формування механізму впровадження корпоративної соціальної відповідальності у діяльність вітчизняних промислових підприємств / Т.Р. Антошко // Вісник економіки транспорту і промисловості. -2011. - №34
 4. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н.Ю Волосковець // Економічні науки. – 2010. - № 17.
 5. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2007. – №10.
 6. Дмитренкова М. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу переваги та недоліки / М. Ю. Дмитренкова // Управління ризиком. – 2011. - №8(105).
 7. Дмитренкова М.Ю. Соціальна відповідальність бізнесу: переваги та недоліки / М.Ю Дмитренкова // Управління розвитком. – 2011- №8.
 8. Дудкін О.В. Соціальна відповідальність як складова маркетингової стратегії промислового підприємства / О.В. Дудкін // Механізм регулювання економіки. – 2008. - №4.
 9. Жуковська В.М. Соціальна відповідальність як напрям реалізації корпоративної стратегії розвитку / В.М. Жуковська // Економічна наука. – 2008. - №32.
 10. Корпоративна соціальна відповідальність. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://svb.org.ua/glossary> – Назва з домашньої сторінки Інтернету
 11. Названо п'ятірку кращих соціально відповідальних компаній [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://news.ub.ua> – Назва з домашньої сторінки Інтернету