

*Шаши Л.И., Рябова Т.В.
г. Харьков, Украина*

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность темы исследования обусловлена возрастающей ролью корпоративной социальной ответственности и повышением влияния бизнеса на общество. Обострение социальных проблем в Украине связано не только с кризисной ситуацией экономики, но и с чрезмерно затянувшимися реформами. Сложившаяся ситуация требует поиск новых путей и организационно-экономических инструментов достижения социального благополучия в обществе. Одним из таких способов является социальная ответственность бизнеса.

Теоретические и практические аспекты в области корпоративной социальной ответственности рассматривались в работах зарубежных и отечественных авторов М. Альберта, И. Ансоффа, Х. Боуэна, М. Бенофа, К. Дэвиса, Д. Карнеги, Дж. Поста, Дж. Старчера, М. Фридмана, Ф. Хедоури, Е. Балацкого, Ш.М. Валитова, А.Е. Костина, Н. Кричевского, В.А. Малыгина, И. Соболева и др. Однако ряд вопросов в рамках исследуемой проблемы остаются открытыми и требуют дальнейшего изучения.

Целью данной работы является исследование мировых и отечественных подходов к понятию корпоративной социальной ответственности, а также обоснование практической значимости влияния корпоративной социальной ответственности на эффективное взаимодействие предприятия с различными субъектами деятельности.

Мировой опыт доказывает, что корпоративная социальная ответственность бизнеса приводит к росту социально-экономического развития государства. Для Украины проблема корпоративной социальной ответственности играет важную роль в связи с переходом к социально ориентированной экономике, а также европейским вектором развития государства. Следует также отметить, что развитие международных отношений Украины и ее стремление к вступлению в европейское пространство требует полного переосмысления принципов функционирования бизнеса. Украине необходимо опереться на науку и интеллект, чтобы у нее появилась возможность догнать сегодняшний уровень экономического развития европейского общества [1, с. 118].

Корпоративная социальная ответственность (КСО) должна стать стратегическим подходом к управлению и должна определять круг обязанностей предприятия, которые требуют постоянного совершенствования и развития. Украинские предприятия, которые приняли решение исполь-

зовать КСО, получают преимущества не только внутри страны, но и достигают уровня международных бизнес – партнеров и конкурентов.

Вопросы КСО уже долгое время обсуждались не только среди представителей бизнеса, но и среди ученых. Принято считать, что одной из первых попыток реализации принципов социальной ответственности была социальная программа Г. Форда 1914–1920 гг., центральным пунктом которой было установление самой высокой в то время оплаты труда промышленных рабочих при соблюдении ими определенных условий, а также строительство малых предприятий в сельской местности.

В процессе эволюции концепции корпоративной социальной ответственности сформировались и три ее основные интерпретации.

Первая (классический подход) подчеркивает, что единственная ответственность бизнеса – увеличение прибыли для своих акционеров. Эта точка зрения была обнародована Нобелевским лауреатом по экономике М. Фридманом [2].

Вторая точка зрения, получившая название теории корпоративного альтруизма – заключается в том, что бизнес должен заботиться не только о росте прибыли, но и делать максимально доступным вклад в решение общественных проблем, повышение качества жизни общества, а также в сохранении окружающей среды [3, стр. 12–15].

Третья позиция представлена теорией «разумного эгоизма» – социальная ответственность – это бизнес, позволяющий сократить долгосрочные потери прибыли. Затраты на социальные и благотворительные программы сокращают текущую прибыль, но в долгосрочном периоде создают благоприятное социальное окружение и, как следствие, устойчивые прибыли, т.к. спонсорские и филантропические программы способствуют узаконенному снижению налогооблагаемой базы предприятия [4, с. 87–93].

В документах Европейской комиссии представлено определение социальной ответственности, как концепции, которая отражает добровольное решение компаний участвовать в улучшении общества и защите окружающей среды [5, с. 201]

Социальная ответственность также определяется как достижение коммерческого успеха с учетом этических ценностей и уважительного внимательного отношения к людям, сообществам и окружающей среде. Быть социально ответственным для предприятия означает соответствие действий бизнеса этическим, правовым, коммерческим и другим ожиданиям общества, а также принятие решений с соблюдением баланса интересов всех ключевых заинтересованных лиц и групп.

В дополнение к различным концепциям КСО в 90-х годах начало формироваться новое направление комплексного подхода к социальной

ответственности: количество социальных и благотворительных мероприятий начало расти и сосредоточиваться вокруг конкретной области, с которой были непосредственно связаны основные виды деятельности предприятия [6, с. 225].

Концепция КСО в компаниях разного уровня, различных сферах бизнеса включает разные компоненты. Самая широкая трактовка КСО включает в это понятие корпоративную этику, корпоративную социальную политику в отношении персонала и общества, политику в сфере охраны окружающей среды, принципы корпоративного управления, вопросы соблюдения прав человека в отношениях с поставщиками, потребителями, персоналом [7, с. 112].

Сегодня в США, странах Западной Европы основными приоритетами крупных корпораций являются: экономика, экология и социальная политика предприятия. Это включает совершенствование качества продукции, поддержание в хорошем состоянии окружающей среды, внедрение новых технологий и ресурсосбережение, развитие «человеческого капитала».

Социальная ответственность украинских предпринимателей остается еще на невысоком уровне. По оценкам специалистов, в конце 2009 г. более 60 % отечественных бизнесменов не считают, что их ответственность распространяется далее обеспечения условий труда для своих сотрудников [8]. По данным исследования, проведенного Partners for Financial Stability (PFS) Program, по итогам 2013 года на развитие персонала предприятия Украины расходовали до 50 % социального бюджета, из них одна треть шла на охрану здоровья и 15 % на обеспечение безопасных условий труда. При этом существенную долю расходов на развитие персонала составляют затраты на увеличение выплат персоналу в форме различных компенсаций и стимулирующих выплат. На внешнюю социальную политику в среднем отчислялось около 20 % средств, из них: на развитие местного сообщества – 10 %, на поддержку природоохранной деятельности и ресурсосбережение – 6 %, на обеспечение добросовестной деловой практики – 4 % [9]. Низкий уровень практики корпоративного управления и недостаточная обоснованность социальных отчислений в компаниях оказывает негативное воздействие на формирование социально ответственного поведения, а также способствует возникновению более крупных проблем системного характера на национальном и региональном уровне.

Таким образом, можно сделать вывод, что корпоративная социальная ответственность представляет собой важный инструмент деятельности предприятия. Анализ мирового и отечественного опыта показал, что преимущества, которые дает компаниям реализация стратегий КСО, включают в себя возросшее удовлетворение персонала, сокращение текучести кадров. Не внедряющие данную стратегию предприятия не отс-

леживают и не контролируют воздействие своего производства на общество и окружающую среду, а также не полностью реализуют свой экономический потенциал.

Внедрение стратегий КСО позволяет повысить производственную эффективность, а также конкурентоспособность в долгосрочной перспективе через механизм взаимодействия с субъектами деятельности за счет повышения уровня и качества жизни населения, роста взаимного доверия, реализации совместных управленческих решений и проектов предприятий и государства.

Список литературы: 1. Сидоров В.И. Единство традиций и инноваций в системе трудовой мотивации трансформационной экономики / В.И. Сидоров, Т.В. Тарасенко, Т.Е. Шедякова. – Х.: ХНУ имени В.Н. Каразина, 2009. – 335 с. 2. F. Milton. The Social Responsibility of Business Is to Increase its Profits. New York Times Magazine, September 13, 1970. 3. Benioff Marc , Southwick Karen Compassionate Capitalism How Corporations Can Make Doing Good an Integral Part of Doing Well, 2009. – 496 p. 4. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин. – М.: Экономика, 2009. – 208 с. 5. Социальная ответственность бизнеса. Корпоративная отчетность – новый фактор взаимодействия бизнеса и общества: сб. ст., лекций и выступлений / под. общ.ред. Л.Г. Лаптева.– М.: ЗАО «Деловой экспресс», 2004. – 310 с. 6. Саприкіна М.А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінські практики : підручник / М.А. Саприкіна та ін. – К. : ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 480 с. 7. Валитов Ш.М. Взаимодействие власти и бизнеса: сущность, новые формы и тенденции, социальная ответственность / Ш.М. Валитов, В.А. Мальгин. – М.: Экономика, 2009. – 208 с. 8. Институт социологии НАН Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://www.isoc.com.ua/institute>). 9. «Деловая неделя» – анализ политических, экономических событий в Украине и в мире [Электронный ресурс]. – Режим доступа: (<http://www.dn-weekly.kiev.ua>).

*Шутилова М.В., Тимченко Ю.А.
г. Киев, Украина*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Переход Украины на новый этап экономического развития, ее желание интегрироваться в мировое сообщество обуславливают необходимость