

УДК: 331.105:658.3

Лазоренко Л.В.,  
к.е.н., доцент,  
Міжрегіональна Академія  
управління персоналом

### **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ПІДХІД В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

*В статті розглянуто сутність, принципи та складові корпоративної соціальної відповідальності в окремих підприємствах України та визначено особливості ведення діяльності на соціальних засадах.*

**Ключові слова:** корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, сталий розвиток.

Лазоренко Л.В.  
к.э.н., доцент  
Межрегиональная академия  
управления персоналом

### **КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПОДХОД В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ**

*В статье рассмотрено суть, принципы и составляющие корпоративной социальной ответственности в отдельных предприятиях Украины и определены особенности деятельности на социальных аспектах.*

**Ключевые слова:** корпоративная социальная ответственность, бизнес, стабильное развитие.

Lazorenko L.  
Ph/D in Economics  
*Interregional Academy  
of Personal Management*

### **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS INNOVATION IN ACTIVITY OF ENTERPRISES OF UKRAINE**

*In the article essence, principles and constituents of corporate social responsibility in the separate enterprises of Ukraine are considered and the features of activity at the social principles are certain*

**Keywords:** corporate social responsibility, business, steady development.

**Постановка проблеми.** Соціальна відповідальність підприємств у сучасних умовах є невід'ємною складовою їх ефективної діяльності. Соціально відповідальні організації здійснюють вагомий внесок в розвиток суспільства, адже на власному прикладі демонструють ставлення до свого персоналу, навколишнього середовища, результатів своєї діяльності та країни в цілому. З іншого боку, висока корпоративна культура та відповідальність підприємств сприяє підвищенню їх фінансових можливостей, тому що такі організації мають досить високу репутацію як в Україні, так і за кордоном, що є причиною успішного ведення бізнесу, підвищенню конкурентоспроможності та економічної ефективності завдяки забезпеченню належної уваги до інтересів споживачів, клієнтів, партнерів і, навіть, конкурентів; запровадженню правил раціонального менеджменту та належного контролю.

**Аналіз останніх досліджень.** Питаннями корпоративної відповідальності бізнесу на сьогоднішній день займається досить значна кількість як науковців, так і практиків в Україні та за її межами. Серед таких можна зазначити: О. Амосова, Д. Баюру, Р. Колишко, А. Куліша, О. Лазоренко, О. Петрос, Н. Супрун та інших. Поглиблене наукове дослідження з даної тематики пов'язане з поєднанням стратегічного управління підприємством з його корпоративною соціальною відповідальністю, а саме, вивчення можливостей формування стратегій розвитку організації, яка б ґрунтувалася на соціальній відповідальності бізнесу, що, в свою чергу, сприяло б підвищенню економічної ефективності діяльності підприємства.

**Метою дослідження** є розвиток теоретичних питань і розробка практичних рекомендацій щодо формування соціальної стратегії діяльності підприємств, побудованої на засадах корпоративної відповідальності.

**Основні результати дослідження.** Більшість українських бізнес-компаній не розуміє, що таке соціальна відповідальність, а отже, не спрямовує свою діяльність в цьому напрямку. На початку слід визначити, що являє собою корпоративна соціальна відповідальність. Корпоративна соціальна відповідальність – це відповідальність організацій за вплив її рішень і діяльності на суспільство та навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, здоров'ю і добробуту суспільства.

Сталий розвиток компанії – це основна її мета, яка визначає подальшу діяльність організації. Економічний ефект сталого розвитку – це прибуток, а прибуток, в свою чергу, - це певні гарантії на майбутнє. Гроші дають владу, влада збільшує доходи, а більші доходи відкривають більші можливості. „Яка справа приносить людині найбільше задоволення? Отримання прибутку”, - так говорив один із семи мудреців Греції Біант із Прієни. Чи може нерентабельна

організація бути соціально відповідальною? І чи всі високоприбуткові організації є соціально відповідальними? На жаль, і на перше, і на друге запитання швидше за все отримаємо негативну відповідь. У чому ж причина?

Не маючи достатньо коштів, підприємство не може реалізувати різні соціальні програми, турбуватися про добробут своїх співробітників, суспільства і екологію. Для їх впровадження потрібні кошти. Тому соціально відповідальною може бути лише потужна, успішна, прибуткова компанія. Але що заважає успішним бізнес-структурам бути соціально відповідальними?

По-перше, відсутність розуміння корпоративної соціальної відповідальності, по-друге, не бажання керівництва здійснювати подібні програми, по-третє, спрямованість корпоративної культури на економічні цілі. Зупинемося більш детально на третій причині. У світовій теорії менеджменту існує дві концепції соціальної відповідальності бізнесу [1, с. 248]:

1. Організація повинна переслідувати тільки економічні цілі, а її соціальна відповідальність зводиться лише до максимізації прибутку, тобто така бізнес-структура забезпечує роботою певних членів суспільства, її діяльність приносить дивіденди для акціонерів – іншої категорії населення. Таким чином, дана концепція полягає в тому, що забезпечивши економічні потреби окремих громадян, можна сприяти їх соціальному розвитку. Іншими словами, компанія дає гроші людям, зв яких вони можуть самостійно придбати потрібні їм соціальні блага.
2. Бізнес не повинен обмежуватися лише економічними цілями, а повинен враховувати соціальні аспекти впливу своєї діяльності на працівників, споживачів і місцеве співтовариство.

Якщо корпоративною культурою компанії передбачено дотримуватися першої концепції соціальної відповідальності бізнесу, то це і є поясненням третьої причини невпровадження програм корпоративної соціальної відповідальності організацією.

Головне завдання бізнесу знайти золоту середину між своїми економічними і соціальними цілями та намагатися їх поєднати і створити таку корпоративну культуру, щоб через більші економічні здобутки сприяти розвитку соціальних програм.

Розглянемо приклади реалізації корпоративної соціальної відповідальності окремими компаніями.

Компанія „Систем кепітал менеджмент” (СКМ) була заснована у 2000 році, діяльність якої зосереджена у шести основних галузях економіки: металургія, енергетика, фінанси, телекомунікації, засоби масової інформації, нерухомість. Окрім того СКМ володіє і керує активами інших секторів економіки, включаючи роздрібну торгівлю, видобуток і переробку глини, автозаправні станції, футбол.

У діапазоні із зацікавленими сторонами і з врахуванням міжнародного досвіду, СКМ визначила 6 сфер корпоративної соціальної відповідальності [2, с. 11-28]:

1. Корпоративне управління, завдання якого полягає в тому, щоб забезпечити ефективний контроль за діяльністю компанії з боку акціонерів. Система корпоративного управління сприяє ефективному управлінню інвестиціями компанії, зниженню ризиків, дозволяє враховувати інтереси акціонерів, менеджменту та інших зацікавлених сторін. В компанії створюються різні спостережні ради для всіх галузей холдингу.
2. Умови праці включають безпеку життя і охорону здоров'я. Компанія здійснює інвестиції в охорону праці. Також організація має власні медичні центри, де можуть лікуватися її співробітники. СКМ забезпечує гідну зарплату своїм працівникам, а також надає соціальний пакет, який постійно вдосконалюється. Компанія інвестує у навчання і підвищення кваліфікації власних співробітників.
3. Екологія. Компанія здійснює капітальні інвестиції у сучасні технології, які дозволяють економити енергію, повторно використовувати воду, знищувати відходи, тобто зберігати природні ресурси, знижуючи в той же час собівартість виробництва.
4. Взаємодія з суспільством. СКМ має свій корпоративний благодійний фонд „Розвиток України”, через який компанія здійснює інвестування у суспільний розвиток.
5. Соціальне інвестування здійснюється також через фонд „Розвиток України”.
6. Спонсорство і благодійність. Група СКМ спонсує освіту, культуру та спорт.

У 2002 році компанія „Воля” прийняла Корпоративний кодекс, який визначає принципи функціонування і позиціонування компанії в українському бізнесі. Відповідно до цього фундаментальними засадами діяльності компанії є професіоналізм, якість та надійність.

Ключовими напрямками корпоративної соціальної відповідальності компанії „Воля” є [3]:

- розвиток персоналу;
- впровадження стандартів якості;
- сприяння прозорим і відкритим відносинам бізнесу з органами влади, створення рівних умов ведення бізнесу, протидія корупції;
- інвестиції в інформаційний розвиток суспільства;
- проекти для соціально незахищених категорій громадян („Воля” була офіційним спонсором Національної параолімпійської збірної у червні 2008 року).

Компанія Telenor тримає контрольний пакет акцій компаній „Київстар”, „Міратек”, „Інфопульс” та значний пакет акцій компанії „Білайн”. Telenor слідує двом основним цілям корпоративної соціальної відповідальності організації:

1. Збільшити позитивний внесок бізнесу у розвиток суспільства.
2. Створити відповідальний бізнес.

Підсумовуючи результати проведеного аналізу корпоративної соціальної відповідальності різних компаній можна зробити висновок, що їх дії подібні, а також спільним для діяльності досліджених компаній є наявність значної суми прибутку.

**Висновки.** Отже, для того, щоб розробити соціальну стратегію з корпоративної відповідальності необхідно:

- 1) мати сталу підтримку вищого керівництва, власників та провідних працівників компанії;
- 2) здійснювати аналіз відповідної діяльності аналогічних компаній;
- 3) підготувати програму дій;
- 4) розробити варіанти можливих заходів реалізації програми дій;
- 5) розробити, сформулювати та обґрунтувати ключові сфери у внутрішній та зовнішній корпоративній соціальній відповідальності, які б збігалися з бізнес-стратегією конкретної компанії.

Важливо наголосити, що корпоративна соціальна відповідальність не тотожна благодійності. Реалізація корпоративної соціальної відповідальності передбачає впровадження довгострокової програми дій, націлених на одне з важливих для будь-якої організації завдань – підвищення її привабливості для інвесторів, органів влади та працівників.

### Література

1. Завдський Й.С. Менеджмент. Й.С. Завдський – К.: ЄУ, т.1, 2002. – 542 с.
2. Отчет об устойчивости развития «Систем уэпиал менеджмент» за 2011 год
3. Офіційний сайт Компанії «Воля» [Електронний ресурс]; Режим доступу: <http://www.volvia.com>