

Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність підприємства: теоретичні та практичні аспекти

Сардак С.Е.

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки
та управління національним господарством
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

Гасленко К.С.

магістрант
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

У статті досліджено питання внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності, її прояви, принципи, зміст заходів щодо її реалізації. Проаналізовано практику здійснення внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності на прикладі українських підприємств. Визначено основні тенденції і проблеми запровадження внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, внутрішньокорпоративна соціальна відповідальність, принципи, мотиви, прояви, тенденції.

Sardak S.E., Haslenko K.S. ВНУТРЕННЯЯ КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

В статье исследованы вопросы внутренней корпоративной социальной ответственности, ее проявления, принципы, сущность мероприятий по её реализации. Проанализирована практика осуществления мероприятий внутренней корпоративной социальной ответственности на примере украинских предприятий. Определены основные тенденции и проблемы внедрения внутренней корпоративной социальной ответственности в Украине.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, внутренняя корпоративная социальная ответственность, принципы, мотивы, проявления, тенденции.

Sardak S.E., Haslenko K.S. INTRINSIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS

The article examines the question of intrinsic corporate social responsibility, its aspects, principles and core of its implementation. The practice of implementation of intrinsic corporate social responsibility based on the example of Ukrainian enterprises was analyzed. Main trends and problems of implementation of intrinsic corporate social responsibility in Ukraine were defined.

Keywords: corporate social responsibility, intrinsic corporate social responsibility, trends, drivers, aspects, trends.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В реаліях падіння рівня доходів та маргіналізації значної частини населення України велику роль відіграє соціальна відповідальність корпорацій. В умовах загострення соціально-економічних та політичних проблем тема внутрішньокорпоративної соціальної відповідальності підприємств нині постає актуальним питанням менеджменту та суспільного розвитку в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання корпоративної соціальної відповідальності вже набуло значного висвітлення в науковій літературі. Цей аспект досліджували такі зарубіжні вчені, як П. Друкер [1], С. Сесі [2], М. Фрідмен [3], Ф. Хедоурі [4], такі українські

науковці, як Ю. Бурлакова [5;6], Ж. Балабанюк [7], О. Лазоренко, Р. Колишко [8], Т. Дрابعук [9], такі російські вчені, як М. Коротков [10] та В. Хруцький [11].

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження теоретичних і практичних основ внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Корпоративну соціальну відповідальність (КСВ) можна визначити як «систематичну відповідальність компанії за продукт, який вона виготовляє перед споживачами, працівниками, партнерами, громадою та навколишнім середовищем; ефективну вза-

ємодію та двосторонній діалог між компанією та суспільством; спробу поєднання на добровільних засадах соціальних, етичних та екологічних аспектів ведення бізнесу з метою позитивного впливу компанії на суспільство загалом, навколишнє середовище та вирішення найгостріших соціальних проблем», а також як «обов'язок керівництва організації приймати рішення й виконувати дії, які покращують рівень добробуту й задовольняють інтереси суспільства і компанії» [1; 6; 7].

Можна зазначити, що ініціювати впровадження соціально відповідальної поведінки компанії варто починати з персоналу компанії, адже працівник організації уособлює дещо спрощену модель організації. Тому твердження, що ступінь успішності працівників компанії віддзеркалює рівень успішності і конкурентоспроможності компанії є досить логічним і не вартим доведення. Тому ставлення компанії до власного персоналу є внутрішньою корпоративною соціальною відповідальністю.

Говорячи про внутрішню корпоративну соціальну відповідальність, маємо на увазі не лише базову відповідальність, яка визначається законодавством, але й перш за все додаткову добровільну реакцію компанії на соціальні проблеми або питання, які виникають у її співробітників. Основними заходами внутрішньої КСВ вважаються заходи за такими напрямками, в рамках яких кожне підприємство розробляє і здійснює свої комплекси заходів:

- заходи соціального захисту співробітників організації (повна відсутність дискримінації, заходи із забезпечення безпеки працівників, захисту їх життя і здоров'я, а також допомога у критичних ситуаціях);

- розвиток людського капіталу організації шляхом впровадження програм професійного розвитку, підвищення кваліфікації, використання мотиваційних схем в оплаті праці, підтримки ефективних внутрішніх комунікацій;

- аналіз і облік інтересів співробітників під час прийняття важливих управлінських рішень, що означає взаємодію з працівниками як з основними зацікавленими сторонами (стейкхолдерами) компанії;

- проведення соціально відповідальної інноваційної програми шляхом запровадження соціальних програм, спрямованих на полегшення адаптації працівника до інновацій в компанії (профперепідготовка, допомога у працевлаштуванні, компенсаційні виплати працівникам, які підлягають скороченню) [10].

Постає питання про те, навіщо корпорації шукати інші прояви КСВ, окрім виплати заробітної плати в строк і в належній кількості. Можна виділити низку мотивів, які спонукають корпорації вживати активних заходів щодо посилення своєї внутрішньої КСВ:

- гарантоване покращення показників продуктивності праці в компанії;

- розвиток персоналу компанії сприяє уникненню значної плінності кадрів, а також дає змогу залучати найбільш компетентних спеціалістів на ринку;

- у довгостроковому періоді забезпечується стабільний розвиток компанії;

- організація отримує податкові пільги, а також змогу залучити додаткові інвестиції для соціально відповідальних компаній;

- формується гудвіл компанії через розгляд діяльності компанії у ЗМІ;

- проводиться додаткова реклама товару чи послуги, що надається компанією.

Ефективність соціально відповідальних компаній вже доведена на прикладах іноземних корпорацій. Зарубіжний досвід ведення соціально відповідального бізнесу дає змогу виділити такі принципи КСВ внутрішнього спрямування: прагнення до взаєморозуміння та прийняття працівників; ефективної організації робочого місця з урахуванням психофізіологічних потреб працівника; довіра керівних кадрів до підлеглого їм персоналу; ефективність відпочинку та морального задоволення; підвищення кваліфікації; безпека й охорона праці; цілісність організації та співробітників; залучення працівників до управління [11].

Дієвість і ефективність внутрішньої КСВ корпорації виявляється у внутрішньому (у межах організації: між департаментами, підрозділами, відділами) і зовнішньому (із зміною організації) русі персоналу. Індикаторами оцінки КСВ на внутрішньому корпоративному рівні можна вважати такі: показники лояльності персоналу, середня тривалість роботи працівників в організації, плінність, кількість звільнених за власним бажанням, співвідношення рівнів внутрішнього та зовнішнього руху персоналу, коефіцієнт покриття внутрішньої потреби в кадрах, сформований рівень продуктивності праці персоналу [7].

На думку експертів Комітету з КСВ Європейської Бізнес-Асоціації, зміст програм корпоративної соціальної відповідальності внутрішнього спрямування має передбачати такі напрями заходів:

- заохочення та компенсації для працівників;

- навчання та розвиток персоналу через різноманітні форми корпоративного навчання;
- чіткі та зрозумілі мотиваційні схеми та кар'єрне зростання;
- гранти, науково-прикладні розробки;
- етичне ведення бізнесу;
- прозора звітність (як фінансова, так і соціальна) [8].

В сучасних українських реаліях все актуальнішою стає необхідність розробки та впровадження реально діючих на практиці інструментів соціальної відповідальності бізнесу на корпоративному рівні компанії та на рівні бізнес-середовища. Дослідження, проведене під егідою ООН серед українських компаній, виявило, що найпоширенішими проявами КСВ серед підприємців є введення програм поліпшення умов праці (65,5% респондентів), навчання та розвиток персоналу (63,2%), благодійність (56,0%), етична та відповідальна політика щодо споживачів (49,5%), участь у розвитку регіонів, де веде діяльність компанія (32,3%), впровадження екологічних стандартів (29,8%), політика етичного ставлення до акціонерів (20,8%), відкритість і прозорість звітності про фінансову та виробничу діяльність компанії (18,7%) [8–9].

Тобто можна простежити загальну тенденцію до розуміння підприємцями значущості заходів як внутрішньої, так і зовнішньої КСВ. Проте постає питання про те, яким чином реалізуються ці заходи практично. Прикладами впровадження (щонайменше, на теоретичному рівні) внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності на підприємствах можна назвати такі компанії.

«ДТЕК» визначає співробітників головним активом і ключовою зацікавленою стороною. Цілі політики у сфері умов праці такі: пошук, прийняття та плідне співробітництво з кваліфікованими, талановитими фахівцями; постійне навчання та розвиток навичок; розвиток менеджерського потенціалу для висококваліфікованого управління «ДТЕК»; створення та збереження таких умов праці, що сприяють підтримці стану здоров'я працівників. «ДТЕК» визнає необхідність дотримання законодавства про працю, індивідуальних та колективних трудових договорів; поважного ставлення керівного складу до особистості; дотримання прав і свобод людини і працівника; поваги до гідності співробітників; постійної роботи «ДТЕК» щодо мінімізації шкідливих для здоров'я та навколишнього середовища впливів; мотивації та сприяння в розвитку кваліфікацій і прямого впливу результатів ведення

бізнесу на оплату праці та розмір додаткових виплат. Компанія започаткувала корпоративний університет, а саме «Академію ДТЕК», розроблено програму формування кадрового резерву. До складу компанії входять два підприємства соціальної спрямованості, такі як ТОВ «Соціс» і «Соцвугілля», які об'єднують об'єкти соціальної сфери «ДТЕК»: спортивний комплекс, готелі, гуртожитки, санаторії, бази відпочинку та дитячі табори. Щорічно співробітники компанії та їхні родичі користуються послугами цих установ. Здоров'я і безпеку праці співробітників забезпечує дотримання міжнародних стандартів OHSAS 18001:2007. Крім того, у «ДТЕК» функціонує єдина система управління охороною навколишнього середовища відповідно до вимог міжнародного стандарту ISO 14001:2004 [12].

КСВ компанії «Київстар», діє згідно з прийнятою ще в 2009 році Концепцією корпоративної соціальної відповідальності, а також відповідає 10 принципам Глобального Договору ООН, який компанія «Київстар» підписала в 2006 році. В компанії введено в дію систему безперервного підвищення кваліфікації і навчання, сприяння кар'єрному зростанню, прийняття участі співробітників у обговоренні та введенні інновацій, а також в управлінні поточними процесами в компанії. Щороку близько половини чисельності штату «Київстар» підвищують кваліфікацію на різноманітних корпоративних тренінгах, курсах, 40% штату використовують гнучкий робочий графік, існує можливість дистанційної роботи за системою «Віртуальний офіс»; наявне корпоративне страхування співробітників; компанія започаткувала програму розвитку талантів «Аргентум», щорічний конкурс «Співробітник року», проект «IVC», метою якого є заохочення співробітників до вираження свого бачення майбутнього компанії та участі в стратегічному розвитку компанії, інститут волонтерства «Київстар» [13].

Компанія «МТС-Україна» свою внутрішню політику КСВ подає за допомогою «Кодексу етичних норм та ділової поведінки співробітників «МТС-Україна»». Кодекс спрямований на визначення особливостей взаємовідносин між співробітниками та компанією-роботодавцем, організацію взаємодії співробітників між собою, з партнерами по бізнесу та зовнішнім середовищем, а також визначає норми захисту інтелектуальної власності. Ця компанія ще у 2007 році стала підприємством-членом Глобального Договору ООН для визначення і підтвердження своїх зобов'язань

щодо ведення бізнесу. Крім того, у 2009 році ця Компанія першою в сфері телекомунікацій в СНД отримала сертифікат відповідності власної системи менеджменту якості вимогам міжнародного стандарту ISO 9001:2008 [14].

“METRO CASH AND CARRY Україна” започаткувала всеохоплюючу процедуру «Комплайнс», засновану на підтримці всіх працівників та спрямовану на контроль за забезпечення дотримання працівниками встановлених законів, правил та норм поведінки. Ця процедура ґрунтується на 8 бізнес-принципах: розмежування інтересів корпорації та особистих інтересів, відсутність надання необґрунтованих переваг, неприйнятність використання службового становища задля особистих інтересів, конфіденційність інформації всередині компанії, рівність у відносинах, повага до законодавчих норм та правил тощо. Діяльність цієї компанії визначається міжнародними стандартами ISO 9001, ISO 12001. Більш того, “METRO” є єдиною компанією в Україні, яка сертифікована за міжнародним стандартом безпеки харчових продуктів IFS [15].

Компанія «ПЛАСКЕ» рушійною силою ефективно організації визначає компетентних працівників, які добре розуміють свої функції. В рамках такого підходу в компанії створено «Академію ПЛАСКЕ», спрямовану як на підвищення рівня професійних знань працівників, так і на розвиток управлінських навичок та вдосконалення особистих якостей; «Школу керівників», програма навчання якої складається з дев'яти модулів та розрахована на шестимісячний період вивчення теоретичних матеріалів, участі в інтерактивних вебінарах та практичного опрацювання навичок; проект – персональне тестування співробітника за програмою “EXEC-U-TEST”, що дає змогу виявити можливі сторони подальшого удосконалення. «ПЛАСКЕ» підписала і підтримує Глобальний договір ООН, дотримується вимог стандарту з інформаційної безпеки ISO 27001, вимог ISO 9001, ISO 28000, ISO 14001, OHSAS 18001, SA 8000, принципів, вимог і рекомендацій стандартів «Інвестори в людей» (2010), ISO 26000 «Настанова із соціальної відповідальності» (2012), ISO 10018 «Управління якістю – Настанова з участі й компетентності персоналу» (2012), ISO 21500 «Настанова з управління проектами» (2013) [16; 17].

Компанія «ХайдельбергЦемент Україна» визначає розвиток персоналу поряд із професійною, соціальною та управлінською компетентністю та сильними керівними кадрами

як одні з основних Принципів Лідерства, сформованих для всієї компанії. Працівники розвиваються поряд з їх задачами. Розвиток персоналу в цій компанії забезпечується через систему постановки високих, вимогливих цілей “Management by Objectives”, паралельно з коучингом та навчанням у процесі досягнення цих цілей [18].

Тобто можна зазначити, що найвищий рівень, зокрема, внутрішньої соціальної відповідальності українських підприємств спостерігається саме серед великих компаній, адже вони знаходяться під пильними поглядами ЗМІ та стейкхолдерів. Рівень соціальної відповідальності малого та середнього бізнесу досить важко відстежити, по-перше, через відсутність загально визначених державних стандартів діяльності в сфері КСВ, по-друге, через значну кількість підприємств «в тіні», по-третє, через зацікавленість підприємців малого та середнього бізнесу здебільшого в прибутках.

Проте аналіз досліджень Центру Розвитку КСВ дає змогу виділити такі тенденції:

- трактування терміна «КСВ» українськими компаніями настільки широке, що далеко не всі співробітники великих компаній в змозі пояснити, що він для них означає;
- розвиток комплексної стратегії КСВ, що притаманно міжнародним компаніям, незвичною мірою поширений в нашій країні;
- задачі щодо виконання показників КСВ не вирішуються: 44% опитуваних організацій визначають показники КСВ для власних співробітників, а ще 44% такі ідеї лише обговорюють;
- співробітники не беруть участі у розробленні основної документації з КСВ: у 35% компаній співробітники не брали участі у розробленні Кодексів поведінки взагалі, а в решті компаній були залучені лише представники HR-департаментів;
- 27% компаній прописують аспекти КСВ у програмах найму працівників, лише 33% проводять тренінги з урахуванням питань КСВ;
- 44% враховують звітність з КСВ у річних планах, корпоративних цілях і опитуванні щодо лояльності персоналу [19].

Більш того, в рамках проекту «Прозорість і соціальна відповідальність. Керівництво для державних компаній», проведеного Центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» за підтримки Посольства Нідерландів в Україні у 2014–2015 роках, було розроблено механізм оцінки відкритості державних підприємств, спрямований на аналіз та оцінку сайтів державних компаній та який

складається з трьох компонентів, а саме змісту; стратегії та звітності; навігації. Згідно з результатами цього дослідження жодна з компаній, офіційні сторінки в Інтернеті яких потрапили до вибірки оцінюваних, не надала інформації щодо систем оплати праці на підприємстві, а також прав людини, відсутності дискримінації та працевлаштування [20].

Висновки з цього дослідження. В Україні навіть на рівні великих корпорацій внутрішня КСВ знаходиться у стані трансформаційного становлення концептуального змісту і потребує подальшого розроблення, впровадження та вдосконалення. Таким чином, вітчизняним підприємствам слід не лише дотримуватися законодавчих вимог, але й впроваджувати відповідальну ділову практику за рахунок залучення результатів міжнародного досвіду та удосконалення методів управління персоналом своєї організації, враховуючи потреби працівників, міжнародні стандарти та моральні цінності.

Необхідно усвідомити, що соціальна відповідальність компанії щодо персоналу – це цілеспрямована і постійна соціальна практика

підприємства, що включає не просто вчасно виплачену, але й достатню для задоволення фізичних і моральних потреб оптимальну тривалість робочого дня, соціальні гарантії, безпеку, а також повагу та гідне ставлення до власних працівників, навчання новим знанням та навичкам, забезпечення можливості участі в управлінні тощо. Тому, використовуючи формат діалогу, необхідно вивчати і впроваджувати досвід високорозвинених країн з урахуванням специфіки діяльності в українських реаліях. Такий діалог має узгоджувати інтереси роботодавців й усіх зацікавлених сторін соціальної відповідальності, що сприятиме розбудові громадянського суспільства, підвищенню якості трудової діяльності населення України, а також підвищенню соціальних стандартів життя населення й соціалізації загалом [21–22].

Перспективами подальших досліджень є розробка та оптимізація прикладних механізмів внутрішньої корпоративної соціальної відповідальності підприємства з урахуванням зарубіжного досвіду та специфіки видів економічної діяльності.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Drucker P.F. Management: Tasks, Responsibilities, Practices / P.F. Drucker. – N.-Y. : Harper&Row, 1994. – 840 p.
2. Sethi S.P. Dimensions of corporate social responsibility / S.P. Sethi // Business Ethics Quarterly. – 1985. – 213 p.
3. Friedman M. The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits / M. Friedman [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.colorado.edu/studentgroups/libertarians/issues/friedman-soc-resp-business.html>.
4. Основы менеджмента / [Ф. Хедоури, М. Мескон, М. Альберт]. – М. : ООО «И.Д. Вильямс», 2008. – 672 с.
5. Бурлакова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність: внутрішнє спрямування / Ю. Бурлакова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/5_PNW_2010/Economics/59062.doc.htm.
6. Бурлакова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність як основа гармонізації добробуту суспільства / Ю. Бурлакова // Економіка: проблеми теорії та практики : збірник наукових праць. – Вип. 252. – Т. IV. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – С. 881–891.
7. Балабанюк Ж. Взаємозв'язок корпоративної соціальної відповідальності та політики руху персоналу організації / Ж. Балабанюк // Економіка та держава. – 2012. – № 3.
8. Посібник із КСВ: Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [О. Лазоренко, Р. Колишко та ін.]. – К. : Енергія, 2008 – 96 с.
9. Драбчук Т. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності у відносинах з працівниками підприємства / Т. Драбчук // Аграрний форум – 2015 : VI Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених (28–29 травня 2015 року). – Суми, 2015.
10. Корпоративная социальная ответственность : [учебник для бакалавров] / [Э. Коротков, О. Александрова, С. Антонов и др.] ; под ред. Э. Короткова. – М. : Юрайт, 2013. – 445 с. – Серия : Бакалавр. Базовый курс.
11. Как добиться успеха: Практические советы деловым людям / под общ. ред. В. Хруцкого. – М. : Политиздат, 1991. – 510 с.
12. Політика «ДТЕК» в області корпоративної соціальної відповідальності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dtek.com/library/file/politika-dtek-v-oblasti-korporativnoi-sotsialnoi-vidpovidalnosti.pdf>.
13. Офіційний сайт компанії «Київстар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kyivstar.ua/ru/kr-620/about/responsibility/employees>.

14. Офіційний сайт компанії «МТС-Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://company.mts.ua/ua/company/social-responsibility/codex>.
15. Офіційний сайт компанії “METRO Cash and Carry Ukraine” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.metro.ua/about-metro/csr/compliance>.
16. Публічний соціальний звіт АТ «ПЛАСКЕ» [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.plaske.ua/PLASKE_Report_2015_UA.PDF.
17. Практики КСВ в Україні // Центр «Розвиток КСВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2015/12/cases_praktice2015.pdf.
18. Принципи лідерства компанії «ХайдельбергЦемент Україна» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.heidelbergcement.ua/uk/leadership-principles>.
19. Социальная ответственность: кадры решают все // Центр «Развитие КСВ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/Guide_1.pdf.
20. Звіт «Індекс прозорості державних компаній в Україні 2015» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.energoatom.kiev.ua/files/file/transparency_index_2015.pdf.
21. Sardak S. Potential of economy socialization in the context of globalization / [S. Sardak, O. Bilskaya, A. Simakhova] // Economic Annals-XXI. – 2017. – № 164 (3–4). – P. 4–8.
22. Сардак С. Управлінсько-регуляторні аспекти розвитку людських ресурсів в умовах глобалізації : [моногр.] / С. Сардак. – Дніпропетровськ : Вид-во ДНУ, 2012. – 460 с.