

Лазоренко Л.В.,
к.е.н., доцент,
Національний університет
„Києво-Могилянська Академія”

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ БІЗНЕСУ

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. 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'язки 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:

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, зокрема, у 2007 році сума таких інвестицій склала біля 102,634 млн. грн.
5. Соціальне інвестування здійснюється також через фонд „Розвиток України”. У 2007 році розмір соціальних інвестицій склав 36,168 млн. грн.

6. Спонсорство і благодійність. Група СКМ спонсує освіту, культуру та спорт. Всього за 2007 рік підприємства Групи СКМ перерахували спонсорських внесків на суму 3,459 млн. грн. і благодійних пожертв – 27,485 млн. грн.

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:

- 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.

Отже, для того, щоб розробити стратегію з корпоративної соціальної 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.

І на завершення хотілося б навести слова Т. Рузвельта: „Наш прогрес перевіряється не збільшенням багатства у тих, хто його вже має, а тим, чи здатні ми достатньо забезпечити тих, хто має надто мало.”