

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ І ДОВІРА ЯК ЧИННИКИ СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ФІРМИ

Формування в Україні цивілізованої ринкової економіки зумовлює нагальну потребу узагальнення і застосування накопиченого позитивного світового досвіту щодо гармонізації соціально-економічних відносин на мікрорівні господарювання. Важливою складовою успішної діяльності фірми у посткризовий період є відновлення довіри на всьому багатовекторному та багатовимірному просторі її партнерських стосунків. Саме інститут довіри, на думку фахівців, постає сьогодні важливим рушієм соціально-економічного розвитку, а однією з передумов відтворення зазначеного інституту є ініційована світовою спільнотою концепція соціальної відповідальності організації. В Україні, де ідея соціальної відповідальності організації не отримала належного теоретичного обґрунтування та розповсюдження, її інституційна адаптація до реалій сучасного ринкового середовища може стати однією з передумов подолання кризового стану економіки шляхом встановлення відносин довіри між суб'єктами всіх рівнів господарювання.

Питання соціальної відповідальності бізнесу і довіри розглядається багатьма закордонними вченими, такими як К.Девіс, С.Задек, Е.Карнегі, Г.Ленсен, М.Фрідмен, О.Шелдон та ін.; серед вітчизняних науковців слід відзначити Т.Артьому, О.Василика, В.Гейця, О.Грішнову, А.Гриценко, В.Мандибуру, В.Осецького, Н.Супрун, Л.Федулову. Проте, незважаючи на зростання кількості публікацій, взаємозв'язок між інститутом соціальної відповідальності бізнесу та відносинами довіри в суспільстві потребує додаткового вивчення. Спроба з'ясувати довіру як чинник, що забезпечує сталий економічний розвиток фірми; визначити принципи довірчих відносин у середині фірми та за її межами у контексті адаптації інституту соціальної відповідальності організації до соціально-економічних умов сучасної України є метою цієї статті.

Економічний зміст категорії довіри має більш конкретний і прикладний характер у порівнянні з його філософським розумінням. Довіру в економіці можна розглядати на мікро- та макрорівні, тобто в межах окремої організації та економіки в цілому.

Стан довірчих відносин в організаціях залежить від створення умов для позитивного вирішення ключових питань якості трудового життя, під яким розуміється певна сукупність потреб працівника й ступінь їхнього задоволення. Як правило, до числа зазначених потреб відносяться такі:

- справедливість у визначенні заробітної плати за принципом "рівна плата за рівну працю";
- розумна диференціація оплати праці з урахуванням рівня індивідуальної відповідальності за результати спільної праці, додаткові винагороди за тривалий стаж роботи в компанії тощо;
- програми додаткових виплат у разі тимчасової непрацездатності, а також відпочинку у зв'язку зі святами, відпустками, в тому числі для здобуття освіти;
- гідні умови охорони праці та здоров'я працюючих, що забезпечуються через встановлення нормальної тривалості робочого дня, межі пенсійного віку та інших чинників, які визначають соціальні права працівників;
- гарантована зайнятість, яка через забезпечення безперервності виробничого стажу сприяє впевненості працівника у своєму майбутньому. Важливою умовою довірчих відносин на тлі постійного руху та розвитку суспільно-економічного життя є обґрунтований розподіл витрат, які виникають у зв'язку з вимушеною зміною місця роботи (додаткове професійне навчання, перекваліфікація), між працівником та роботодавцем;
- створення умов для розвитку творчих здібностей працівників через реалізацію програм підвищення загальноосвітнього і професійного рівня, перепідготовки, самореалізації особистості;
- всебічне сприяння соціальній інтеграції на підприємстві через встановлення особливого соціально-психологічного мікроклімату, коли стосунки керівників і підлеглих вирізняються відвертістю, довірливістю та свободою від забобонів;
- дієві системи залучення працівників до участі в управлінні виробництвом і власністю, заохочення до творчої ініціативи, висунення нових ідей, внаслідок чого працівник усвідомлює, що його власна діяльність позитивно впливає на розвиток організації та суспільства в цілому;

– поширення відносин демократії на виробництві, коли працівникам забезпечуються права і привілеї, пов'язані зі свободою слова, невтручанням в особисте життя, відсутністю будь-якої дискримінації, свободою участі в усіх організаційних заходах тощо;

– формування відповідного стилю життя, коли робота стає гармонійною частиною життя індивіда; при цьому графіки робот, відряджень, понад-нормової роботи мають бути розумно збалансовані з обов'язками перед державою і вільним часом людини¹.

Слід зазначити, що зміцнення довіри між економічними партнерами є прямим шляхом до зниження як витрат підприємства, так і сукупних суспільних витрат. Справедливість даної тези легко продемонструвати "від зворотного", якщо проаналізувати сучасний вітчизняний досвід. Тут відсутність довіри між партнерами, між населенням і комерційними структурами, між населенням і державою постає джерелом прямих економічних витрат, пов'язаних зі зниженням якості праці (а отже, і виготовленої продукції), зменшенням прибутку підприємств, збільшенням трансакційних витрат та обсягів тіньової економіки тощо.

Механізми довіри в економіці так чи інакше пов'язані з психологічними аспектами поведінки довіри кожного індивідуума і окремих груп людей, що викликає необхідність більш повного врахування природи зазначених чинників. Так, джерелами зміцнення суспільних відносин довіри є публічність курсу реформ, відкритість та доступність інформації, першочергове вирішення соціальних проблем, справедлива і несуперечлива законодавча база, можливість кожному вільно висловлювати свої пропозиції і тим впливати на ухвалення управлінських рішень, захист прав власності громадян, сумлінність, чесність і компетентність керівників, невідворотність винагороди, усталеність інститутів ("правил гри") та партнерських зв'язків, гарантоване надання гідних життєвих благ і створення умов плідної діяльності, висока культура організації.

У кожній організації довіра повинна визначати стосунки між колективом працівників і вищим управлінським персоналом для реалізації встановлених цілей. Довіра в колективі сприяє успішній спільній праці, дозволяє спільно розв'язувати складні питання, обмінюватися думками, розробляти конструктивні рішення. Підтримка працівниками вищих керівників створює сприятливі умови

для вирішення стратегічних завдань, формування планів, прийняття і впровадження в життя інвестиційних рішень та ін. Довіра до керівництва з боку працівників породжує злагоженість у роботі колективу, прискорює процес прийняття та реалізації рішень, посилює конкурентоспроможність компанії. Істотним елементом зміцнення довіри є такий найважливіший елемент системи управління, як зворотний інформаційний зв'язок, який дозволяє оцінити правильність сприйняття працівниками управлінських рішень. Довіра в колективі знижує плинність кадрів й тим самим скорочує адміністративно-управлінські витрати, пов'язані з додатковим найманням, підготовкою та перепідготовкою персоналу.

Довіра є неодмінною умовою системи організації та управління. Так, управління сучасною організацією полягає не стільки у здійсненні владних повноважень керівниками, скільки в здатності допомогти підлеглим розвинути їх власні вміння, проявляти про них турботу, направити їхню енергію на досягнення спільної мети. Але цього неможливо досягти зі співробітниками, діяльність яких суворо регламентується і яких використовують як "засоби виробництва". Ось чому якість і зрілість сучасних керівників перевіряються через їхні стосунки з підлеглими. Для забезпечення довіри в організації найбільш результативним є стиль управління, орієнтований на міжособистісні відносини. Як свідчить досвід успішно функціонуючих організацій, такий стиль на практиці означає дотримання таких принципів та умов: уважне ставлення до підлеглих, консультативність у прийнятті рішень, делегування повноважень.

Найважливішими напрямками адаптації інституту соціально відповідальної організації як передумови поширення відносин довіри до соціально-економічних умов сучасної України можуть стати: розроблення та розповсюдження відповідних нормативно-методологічних матеріалів, ознайомлення компаній з практикою впровадження міжнародних стандартів SA-8000, YSO-26000 та ін., організація соціального діалогу роботодавців, профспілок, громадських організацій, найманих робітників, органів державної виконавчої влади та місцевого самоврядування, соціального та екологічного розвитку корпоративної діяльності².

Слід зазначити, що соціальна відповідальність є відносно самостійною формою відповідальності, якій притаманні системність і специфічні риси.

¹ Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі ; пер. з англ. С. Яринич. – К., 2005.

² Артьомова Т.І. Соціальна відповідальність організації: загальні принципи та умови її організації в Україні в контексті світового досвіду / Т.І. Артьомова // Вісник Донецького національного технічного університету. – 2009. – № 3. – С. 114–115.

У широкому розумінні фахівці тлумачать соціальну відповідальність як сукупність різних її видів – економічної, політичної, правової, моральної. У вузькому йдеться про специфічні характеристики, які віддзеркалюють міру (ступінь) прийняття будь-яким господарським суб'єктом або групою соціально-значущих цілей суспільства, готовність до виконання взаємних прав і обов'язків у процесі спільної діяльності з метою ненанесення збитку у сталому розвитку як суспільства в цілому, так і окремим спільнотам, особистостям³.

Згідно з Меморандумом про соціальну відповідальність бізнесу в Україні під визначенням "соціальна відповідальність бізнесу" слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає у гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем⁴. Тобто соціальна відповідальність бізнесу – це політика, яка свідомо і цілеспрямовано обирається компанією для того, щоб не просто існувати (отримувати прибуток), а зробити свій позитивний внесок у розвиток сучасного суспільства. З таким підходом збігається точка зору на соціальну відповідальність компаній як на спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство⁵. За версією Світової ради компаній зі сталого розвитку, соціальна відповідальність організацій – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їхніх родин, громади й суспільства загалом. Проект міжнародного керівництва із соціальної відповідальності ISO 26000 розглядає соціальну відповідальність бізнесу у контексті відповідальності організації за вплив своїх управлінських рішень та підприємницької діяльності на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає умовам сталого розвитку та набуття добробуту суспільством, враховує очікування

зацікавлених сторін, поширюється в усій організації і не суперечить відповідному законодавству та міжнародним нормам поведінки. Світової ради компаній зі сталого розвитку визначає соціальну корпоративну відповідальність як "зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками, їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя".

Таким чином, можна сказати, що соціальна відповідальність є певним рівнем добровільного реагування організації на соціальні проблеми. Такий підхід щодо концепції соціальної відповідальності передбачає взаємоузгоджене та гармонійне поєднання трьох найважливіших складових суспільних відносин – соціальних, економічних (фінансових) та екологічних. Слід зазначити, що адаптація інституту соціальної відповідальності організації (фірми) до реалії України має враховувати особливості соціально-економічних умов сучасного етапу розвитку країни. В цьому контексті здається, що найбільш вдалим для нашої країни є трактування соціальної відповідальності організації (фірми) як морально-етичної відповідальності бізнесових структур за відповідний рівень якості виробленої продукції, надання послуг, а також за створення гармонійного середовища взаємовідносин між працівниками, партнерами, споживачами та суспільством у процесі здійснення підприємницької діяльності. Виходячи з цього визначення, соціальну відповідальність як специфічну систему відносин можна розглядати в різних площинах: по-перше, як відносини внутрішньовиробничі (їх можна окреслити як ендогенні), по-друге, як зовнішні відносини з іншими суб'єктами суспільства (екзогенні).

Створені на сьогодні в Україні бізнес-структури ще не в повному обсязі усвідомлюють свою відповідальну місію у соціальному розвитку держави (а разом з тим і власні стратегічні інтереси), тому у них постійно виникають проблеми у співпраці із державними та недержавними установами, організаціями стосовно вирішення соціальних зобов'язань різного рівня. Нині співпраця у сфері соціального партнерства бізнесу, влади, громадськості України є фрагментарною, безсистемною, але й у такому вигляді зазначені взаємними мають позитивні результати. Передові підприємства, в основному представники великого бізнесу, починають звертати увагу на такі аспекти, як репутація, корпоративний бренд, корпоративна лояльність персоналу, лояльність бізнесу до соціального оточення. Для закріплення визначної тенденції вкрай необхідним є розроблення досконалого пакету законодавчих актів.

³ Грішнова О.А. Управління конкурентоспроможністю організації на ринку інтелектуальної праці / О.А. Грішнова, С.П. Сокурченко // Демографія та соціальна економіка. – 2008. – № 2. – С. 21–25.

⁴ Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні / Форум соціально відповідального бізнесу України, 16.12.2005. – (Документ Форуму соціально відповідального бізнесу України. Меморандум).

⁵ Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес-Студія. – 2005. – № 10.

Західний стандарт мотивує підприємця здійснювати добровільні соціальні інвестиції; на відміну від нього вітчизняні закони мають винятково примусовий характер. Так, українське законодавство накладає на бізнес низку обов'язкових соціальних функцій, що переводить добровільні відносини у площину жорсткої фіскальної відповідальності. Соціальне страхування, яке за фактом відволікає 41,7% доходів підприємств, побудовано на принципі безальтернативності; це примушує працедавців використовувати схеми "тіньової" оплати праці, а отже, обертається штучним скороченням соціальних виплат у майбутньому⁶. Український бізнес дедалі більше усвідомлює, що його суспільна активність необхідна, насамперед, для поліпшення іміджу компаній, але при цьому нарікає на відсутність вільних засобів для соціальних інвестицій.

Отже, на сьогодні основними мотивами запровадження українськими компаніями складової соціальної відповідальності бізнесу є:

– бажання мати позитивну репутацію, що характерно для транснаціональних компаній в Україні та українських компаній, які розширюють діяльність за межі країни;

– власні переконання (при цьому ініціативи соціальної відповідальності бізнесу походять від основних акціонерів та власників, базуються на особистісних переконаннях та перевагах);

– прагнення до поширення ринків, які без активної стратегії соціальної відповідальності бізнесу були б закриті для компанії (деякі проекти у рамках соціальної відповідальності бізнесу дозволяють створювати принципово нові ринки через формування потреб споживачів та населення загалом на інноваційні види продукції);

– можливість доступу до дешевших фінансових ресурсів (важливим стимулом є те, що міжнародні фінансові інституції, зокрема Міжнародна фінансова корпорація, Європейський банк реконструкції та розвитку тощо у разі надання позик приділяють особливу увагу питанням запровадження концепції соціальної відповідальності бізнесу у реципієнтів);

– здатність підвищення капіталізації (вважається, що впровадження стратегії соціальної відповідальності бізнесу підвищує привабливість компанії перед інвесторами).

Вітчизняні компанії, які вже визначили та намагаються активно впроваджувати власну стратегію соціальної відповідальності, стикаються із

низкою проблем, притаманних усім країнам із близькою до української фазою розвитку ринкових відносин, а саме: слабкістю інституційної мережі підтримки ідеї соціальної відповідальності бізнесу, низкою організаційною спроможністю груп впливу в країні, обмеженістю культурного середовища співпраці, наявністю значних витрат щодо адаптації міжнародних практик соціальної відповідальності бізнесу до українських умов, відсутністю достатньої кількості менеджерів.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу заснована на ідеї, що підприємство може досягти вищої ефективності та прибутковості завдяки підвищенню ступеня довіри до нього з боку його робітників та суспільства. У діловій практиці підприємства виокремлюються чотири основні аспекти соціальної відповідальності:

1. *Внутрішнє середовище підприємства.* Тут перевага надається соціальній відповідальності підприємства перед персоналом, що передбачає забезпечення навчання та професійного розвитку, надання робітникам пакета соціального захисту, створення умов для відпочинку та дозвілля, сприяння дієвості системи охорони праці та техніки безпеки, медичного обслуговування персоналу на підприємстві, підтримці санітарно-гігієнічних умов праці, профілактиці професійних захворювань, дотримання норм трудового права та інші заходи).

2. *Ринок,* де першочергового значення набуває соціальна відповідальність перед споживачами (через випуск якісної та екологічно чистої продукції, постійне вивчення потреб споживачів та замовників, випуск продукції, що відповідає міжнародним стандартам якості, впровадження передових методів і стандартів організації діяльності, дотримання вимог законодавства щодо захисту прав споживачів при розробленні нових продуктів та послуг), постачальниками та партнерами (коли взаємодія з партнерами по бізнесу будується на принципах прозорості й справедливості при дотриманні моральних норм ведення бізнесу), інвесторами (прозорість та доступність інформації про діяльність підприємства).

3. *Суспільство,* взаємозв'язки з яким налагоджуються через участь підприємства в житті місцевого співтовариства та здійснення різних соціальних програм у сфері охорони здоров'я, культурній, освітній, спортивній та інших галузях.

4. *Навколишнє середовище.* Його підтримка на гідному рівні передбачає системну природоохоронну діяльність фірми, пов'язану з розробленням та реалізацією екологічних та ресурсозберігаючих програм та технологій.

Таким чином, підприємство розробляє та реалізовує програми соціально відповідальних іні-

⁶ Федулова Л.І. Інноваційний розвиток промисловості України: тенденції та закономірності / Л.І. Федулова // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 3 (69). – С. 82–97.

ціатив за так звану "потрійною лінією відповідальності": одночасно в економічній, соціальній та екологічній сферах. Основна увага тут приділяється трудовим стандартам та нормам, роботі з персоналом, природоохоронним заходам та захисту прав людини. Можна виділити такі переваги соціальної відповідальності у підвищенні конкурентоспроможності підприємства: створення умов для професійного та творчого розвитку персоналу дозволяє не тільки уникнути плинності кадрів, але й залучати до роботи на фірмі кращих фахівців, це сприяє зростанню продуктивності праці, покращенню іміджу та ділової репутації, стабільності та сталому розвитку підприємства в довгостроковій перспективі, доступу до нових ринків збуту, підвищенню вартості нематеріальних активів, а отже, й капіталізації фірми, підвищенню її інвестиційної привабливості. Слід зазначити, однак, що наведені переваги мають місце при стратегічному підході до соціальної відповідальності та довгостроковому плануванні діяльності підприємства.

Отже, соціальна відповідальність – це довгострокові інвестиції у створення репутації підприємства, у формування привабливості суспільної думки про фірму, що у свою чергу опосередковано впливають на розширення ринків збуту, підтримку лояльності споживачів тощо. Дана концепція повинна стати діючим інструментом підвищення конкурентоспроможності фірми, коли будь-які виробничі та економічні рішення повинні прийматися з урахуванням їхніх соціальних та екологічних наслідків для підприємства і суспільства. При такому підході соціальна відповідальність перетворюється в потужний фактор стратегічного розвитку, зміцнення ділової репутації та конкурентоспроможності, а також зростання ринкової капіталізації підприємства⁷. Таким чином, адаптація інституту соціальної відповідальності організації до сучасного ринкового середовища України може стати засобом подолання кризового стану економіки шляхом встановлення відносин довіри між суб'єктами всіх рівнів господарювання.

⁷ Мандибур В.О. Особливості формування інституту довіри в системі забезпечення якості споживання та захисту прав споживачів / В.О.Мандибур, С.Г.Батажок // Вісник Інституту економіки та прогнозування. – 2009. – № 3. – С. 69–73.