

Ольга Б. Мних (Національний університет
«Львівська політехніка», Україна)

Володимир П. Далик (Національний університет
«Львівська політехніка», Україна)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР*

У статті доведено необхідність розширення економічного простору дії концепції соціальної відповідальності корпоративних структур, які повинні відігравати стратегічну роль у підвищенні темпів соціально-економічного розвитку і якості життя суспільства. Надано характеристику актуальних проблем, пов'язаних із впровадженням моделі соціальної відповідальності бізнесу в Україні в умовах кризи.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу; корпоративні структури; капіталізація; суспільна цінність; соціальні стандарти; стейкхолдери.

Табл. 1. Рис. 1. Літ. 18.

Ольга Б. Мных (Национальный университет
«Львовская политехника», Украина)

Владимир П. Далик (Национальный университет
«Львовская политехника», Украина)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ КОРПОРАТИВНЫХ СТРУКТУР

В статье доказана необходимость расширения экономического пространства действия концепции социальной ответственности корпоративных структур, которые должны играть стратегическую роль в повышении темпов социально-экономического развития и качества жизни общества. Дана характеристика актуальных проблем, связанных с внедрением модели социальной ответственности бизнеса в Украине в условиях кризиса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса; корпоративные структуры; капитализация; общественная ценность; социальные стандарты; стейкхолдеры.

Olga B. Mnykh (National University "Lviv Polytechnics", Ukraine)
Volodymyr P. Dalyk (National University "Lviv Polytechnics", Ukraine)

CONTEMPORARY ISSUES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IMPLEMENTATION

The paper argues the need to expand the economic area of corporate social responsibility with its strategic importance in increasing the rate of socioeconomic development and quality of life in the society. The description of the contemporary issues associated with the implementation of a corporate social responsibility model in Ukraine over the crisis period is provided.

Keywords: corporate social responsibility; corporate organizations; capitalization; social value; social standards; stakeholders.

Постановка проблеми. Сучасна філософія соціально-економічного розвитку країни полягає у пізнанні глибинних чинників соціального прогресу,

* статтю підготовлено на основі доповіді на XII-му міжнародному науковому семінарі «Сучасні проблеми інформатики в управлінні, економіці, освіті та екології» (1–5 липня 2013 р., оз. Світязь – Київ).

нових форм взаємопроникнення ділового бізнесу у різні сфери суспільного життя. Корпоративні рішення в тій чи іншій мірі пов'язані з трансформацією економіки України, приватизаційними процесами, концентрацією капіталу ринкових структур та їх адаптацією до нових викликів. У період поглиблення кризи у соціально-економічній, фінансовій та екологічній сферах як у світовому масштабі, так і в Україні зокрема, у системі корпоративного менеджменту активно вивчаються нові інструменти й механізми регулювання фінансово-матеріальних та інформаційних потоків з метою зростання акціонерної вартості, капіталізації доходів і витрат.

Проте менше уваги приділено дослідженню проблем взаємозалежності фінансових і нефінансових цілей розвитку компаній, а також забезпеченню соціальної відповідальності бізнесу в корпоративному секторі України, який, завдяки підвищенню темпів приватизації, розширює сфери впливу на макроекономічні індикатори у стратегічно важливих галузях економіки (енергетика, телекомунікації, IT-технології, агробізнес тощо), а також визначає жорсткі умови виживання для малого і середнього бізнесу, породжуючи нові джерела соціальних кризових явищ на різних рівнях управління економікою. Це обумовлює актуальність теми дослідження.

Аналіз останніх публікацій. Демонстрація рекордних прибутків великого корпоративного бізнесу не є результатом підвищення якості економічного зростання. Насправді це результат їхньої агресивної політики на монополізованих ринках, фінансових спекуляцій із цінними паперами і погашенням зайвого капіталу, якого більше не потребують інші галузі економіки, що припинили розвиватися. Такі результати діяльності, як показує вітчизняна практика, не мають позитивного впливу на динаміку якості життя, зростання суспільних цінностей і зниження тиску на природний капітал.

Назрілі в Україні соціальні проблеми пов'язані з поляризацією суспільства, агресивним пошуком олігархічними структурами нових ніш на ринку, посиленням рейдерських атак у корпоративному секторі, хаотичними змінами соціального й екологічного хаарктеру за відсутності ідеології розвитку економіки на основі соціальної відповідальності бізнесу (СВБ).

Особливість прогресивної корпоративної політики полягає в тому, що вона покликана стимулювати розроблення сучасних підходів до діяльності корпорацій, спрямованих на збільшення вартості бізнесу і його цінності для суспільства. Для багатьох українських компаній додаткові критерії в контрактах замовників і соціальні аудити вже стають реальністю. З часом важливість формування соціальної відповідальності товаровиробників перед партнерами, а також питання нецінової конкуренції на споживчих товарних і промислових ринках, на думку експертів, зростатиме. Це пояснюється тим, що підвищення ефективності ланцюгів постачання українських компаній виступає одним із індикаторів зрілості та підвищення рівня СВБ. В останні роки компанії розробляють власні стратегії соціальної відповідальності, впроваджують програми й проекти, оприлюднюють нефінансові звіти. Нерозуміння політики СВБ замовника у частині роботи з постачальниками несе суттєві ризики втрати замовлень [3].

Програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 рр., яка затверджена Постановою Верховної Ради України від 27.03.13 №187, розроблена з метою запровадження нових підходів до модернізації пріоритетних галузей національної економіки на найближчі два роки для активізації її розвитку, адже структурні дисбаланси у вітчизняній економіці унеможливають формування ефективної економічної бази для соціальних перетворень, а темпи розвитку секторів національної економіки все ще є нерівномірними, що посилює вразливість економіки до зовнішніх чинників глобальної фінансово-економічної і соціальної криз [1]. Проте поворот до розбудови нової економіки на основі безперервної модернізації вимагає якісно інших моделей бізнесу і методів управління, головним з яких є підвищення якості економічного зростання на основі стимулювання соціально-технологічних інновацій та особистостей, які здатні розпізнавати вичерпання можливостей «старої економіки» і створювати довгострокові джерела генерування доходів і продукування суспільних цінностей на кожному робочому місці за широкої участі всіх зацікавлених сторін.

Сам вибір рішень менеджменту щодо перспектив розвитку акціонерного товариства стає джерелом конфлікту інтересів між мажоритарними і міноритарними акціонерами, між «своїми» та «чужими» акціонерами, підвищуючи витрати у системі відносин з інвесторами (IR) та іншими бізнес-структурами (B2B) і клієнтами (B2C). Шляхом «виведення» активів, «розмивання» частки акціонерів і маніпулювання доходами компанії на основі трансфертних цін знижується вартість компанії і цінність робочих місць, створюються передумови для збагачення окремих інсайдерів [5].

Вагомі аргументи проти надмірного захоплення фінансовими показниками наведені у праці П.Р. Нівена [8]. Це неврахування нинішніх умов ділового середовища; рух вперед з «поглядом назад»; ізолюване дослідження окремих функціональних областей діяльності підприємства; жертва довгострокової перспективи на користь короткостроковим цілям максимізації прибутку; фінансові показники як абстракція для багатьох рівнів організації. Перед вченими-економістами стоїть важливе завдання – збалансування цілісності фінансових показників такими чинниками, від яких залежатимуть довгострокові джерела генерування доходів, соціальний потенціал і можливості зростання суспільної цінності підприємства.

Про стратегічну роль політики СВБ свідчить зарубіжний досвід, зокрема, лідера автомобільної промисловості компанії "Toyota", яка, будучи зареєстрованою на Нью-Йоркській фондовій біржі, сповідує філософію довгострокової перспективи і, на відміну від "Ford", не ставить за основну мету зростання вартості для акціонерів, адже справжнім її призначенням є сприяння економічному росту країни, благополуччю всієї команди працівників [7]. "Toyota" завоювали в 2012 р. першу рейтингову позицію серед автомобільних компаній за вартістю бренду, адже будь-які рішення в Японії приймаються з урахуванням довгострокової перспективи, розвитку соціального потенціалу і людського капіталу, навіть на шкоду короткостроковим фінансовим цілям [15].

Як узагальнює Ю. Пахомов, реформи залишилися у нас не проаналізованими з позицій системи і структури, тому й економічне зростання у такій ситуації приречене на «відкочування» і втрати, які не компенсуються [10].

Новітній процес глобалізації товарних і фондових ринків визначає необхідність формування стратегії інтегрованого управління моделями поведінки корпоративних структур у контексті їх корпоративної соціальної відповідальності [6; 11; 13; 14; 16; 17].

Невирішені частини проблеми. Сьогодні у світовому масштабі відбувається зміна акцентів у бізнес-моделях, у критеріях вибору соціальних інновацій, важелях регулювання капіталізаційних процесів, здійснюється перехід на нові парадигми соціально-економічної, конкурентної та екологічної політики, формуються актуальні напрямки зростання капіталізації й трансформації вартості за умов впровадження соціальних інновацій і корпоративних стандартів.

Як показує світова практика, в останні роки поглиблення системної кризи не тільки посилює вплив фіктивного капіталу на моделі поведінки інвесторів і покупців, але й сприяє зростанню цінності інтелектуальної сили корпоративного менеджменту й політичної влади, що, по-перше, визначає міграцію людського та фінансового капіталу, і, по-друге, диктує вибір нових технологій регулювання матеріальних, людських і фінансових потоків та маніпулювання очікуваннями покупців. Штучно роздутий акціонерний капітал більшості вітчизняних підприємств призводить до суттєвого зниження курсу акцій, зниження їх вартості, що розоряє інвесторів, ставлячи на межу банкрутства сотні фінансових інститутів, що видавали кредити під забезпечення фондових активів, які на сьогодні не є привабливими ні на внутрішніх, ні на міжнародних фондових біржах, що унеможливує ефективне ресурсне забезпечення соціально-інноваційних проєктів.

Метою дослідження є характеристика актуальних проблем, що визначають необхідність впровадження моделі соціальної відповідальності бізнесу корпоративних структур, які мають вагомe значення в процесі концентрації ринкової влади та в її перерозподілі в умовах поглиблення фінансово-економічної і соціальної кризи в Україні, на основі узагальнення вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Основні результати дослідження. У загальному вигляді підприємство можна розглядати як соціальну інституцію – центр переплетіння інтересів різних категорій людей і структур (інвесторів, персоналу, клієнтів, споживачів, поставальників, держави), як суб'єкт і об'єкт економічної влади, як певний соціально-економічний простір для концентрації інтелектуальних ресурсів, нагромадження досвіду, зміцнення компетенцій, перевірки ефективності політики соціальних інновацій [14] і комунікативних здібностей з інвесторами і діловими партнерами при виникненні складних соціальних, маркетингових і фінансових завдань [7; 8; 15; 16].

Відносини між різними економічними агентами, суспільством і державою включають в себе владну складову, що відображає владу власника, менеджменту, ринкову і державну владу, владу олігархічного мультикапіталу, що відіграє домінуючу роль, здебільшого негативного характеру, у процесі формування довготривалих відносин виробника із стейкхолдерами, в управлінні ринковою вартістю підприємств і в структурно-функціональній зміні реального та фінансового секторів економіки.

На сучасному етапі змінюються стандарти якості економічного зростання, що породжують нові обмеження, цінності та їх норми, а також відкривають нові можливості для взаємодії соціально-економічних процесів. У ринковому господарстві важливими складовими стратегічного бачення менеджерів є пізнання процесів трансформації вартості, соціальних цінностей і побудова на їх основі моделей стратегічного розвитку в ланцюгу формування доданої вартості з урахуванням тенденцій розвитку ІТ-технологій [13]. Наприклад, для виходу з кризи споживчого капіталу у фармацевтичній промисловості в 90-х роках минулого століття у США необхідно було перебудувати всю систему соціально-економічних відносин виробників і клієнтів, коли зростаюча цінність в останні десятиріччя була характерна не стільки для фізичного потоку товарів і послуг, як для нематеріальних активів – ключових компетенцій менеджменту, що стало причиною появи нового класу споживачів і посередників – організацій з охорони здоров'я та інформаційних брокерів, які вміло працюють з базами даних про споживачів і презентують різні соціальні інновації [11].

Зростання в Україні боргових зобов'язань як держави, так і приватних структур неминуче призведе до необхідності коригування планів соціально-економічного розвитку суб'єктів господарювання і стане поштовхом для розвитку відносин виробників із різними стейкхолдерами з метою зниження зовнішніх і внутрішніх транзакційних витрат, адже за 11 місяців 2012 р. найбільший обсяг торгів серед усіх фінансових інструментів було зафіксовано з державними облігаціями – 179,12 млрд. грн., або 67,78% від загального обсягу виконаних біржових договорів, операції з облігаціями підприємств склали 26,36 млрд. грн., або 9,98%, а обсяг операцій з акціями – лише 23,44 млрд. грн., або 8,87% від загального обсягу [9]. Це свідчить про пасивність держави і приватного капіталу на біржовому ринку в Україні у процесі формування та розподілу акціонерного капіталу і в процесах покращення соціально-економічної безпеки підприємств-емітентів.

Нові виклики часу корпоративному менеджменту і маркетингу відносин найбільш гостро проявляються у погіршенні соціальних показників емітентів, диференціації стандартів для різних корпоративних структур, у поглибленні технологічних розривів і рівнів кредитоспроможності між постачальниками, виробниками і споживачами. Всі ці явища підвищують ризики для зростання капіталізації, а пасивна роль державних органів і фінансових структур у формуванні інноваційного іміджу вітчизняної економіки та в покращенні якості економічного зростання і життя суспільства актуалізують проблему формування СВБ (рис. 1).

Корпоратизація економіки, яка супроводжується викупом і злиттями компаній, руйнуванням коопераційних зв'язків між виробниками і споживачами в умовах соціальної і політичної кризи, об'єктивно змінила вектори цільової орієнтації бізнесу, більш розмитими стали організаційно-правові рамки діяльності окремих корпоративних структур та їхніх механізмів мотивації персоналу, особливо за умов активного завоювання нових сфер впливу на ринкових агентів через набуття контролю. Перерозподіл ринкової влади через придбання акцій на вторинному ринку найбільш активно здійснювався з початку фінансової кризи 2007 р. (табл. 1).

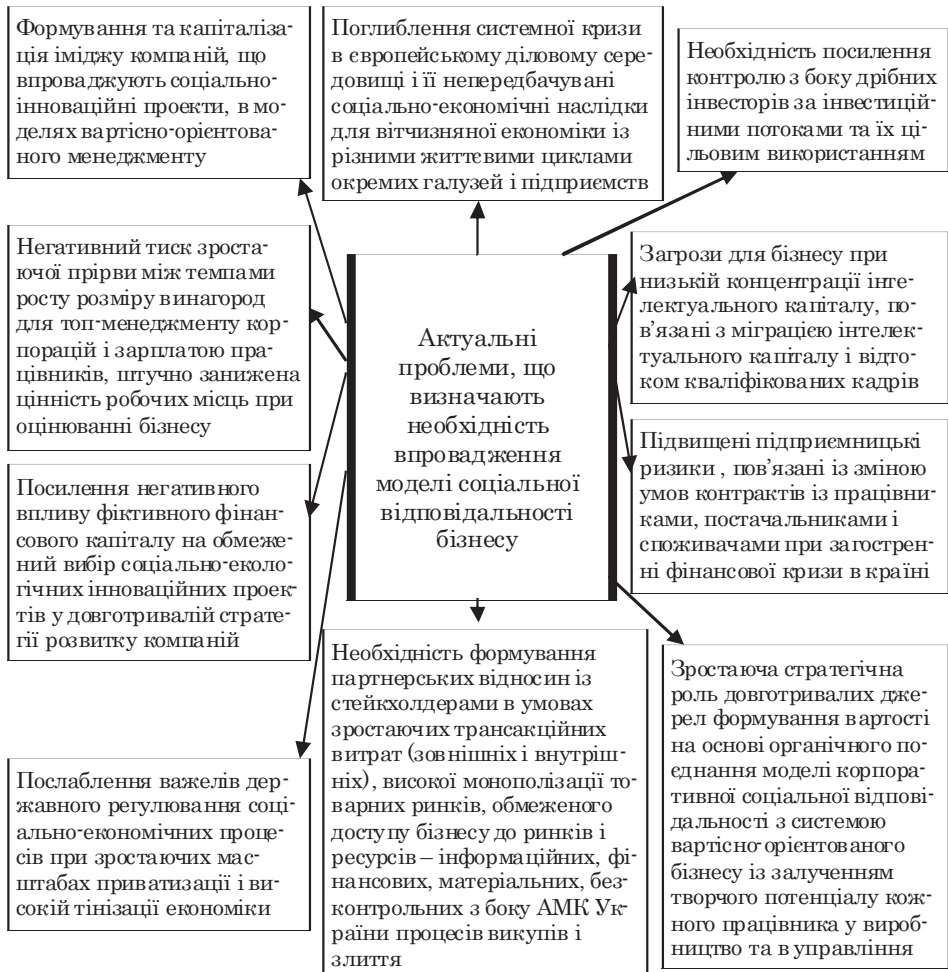


Рис. 1. Актуальні проблеми, що визначають необхідність впровадження моделі соціальної відповідальності бізнесу, авторська розробка

Таблиця 1. Розподіл наданих Антимонопольним комітетом України у 2008–2012 рр. дозволів на концентрацію суб'єктів господарювання за видами, кількість відповідних видів концентрації [2]

Рік	Вид концентрації					Всього
	Злиття	Спільне створення суб'єкта господарювання	Набуття контролю	Придбання акцій (часток, паїв)	Інші	
2008	26	34	43	711	1	815
2009	1	16	45	394	24	480
2010	21	25	71	401	41	559
2011	13	18	136	417	1	585
2012	31	32	106	576	5	750

Фіктивний капітал суттєво розширив форми свого існування за рахунок появи нових інструментів його створення (іпотечні, депозитні та інвестиційні

сертифікати, акції, облігації, варанти, ф'ючерси, опціони, векселі, франшизи тощо) [4]. Високі темпи фінансизації економіки повинні бути адекватними прогресивним соціальним змінам у реальному секторі економіки, адже великі холдингові корпорації завдяки наявності асиметрії інформації (тобто нерівного доступу до фінансової інформації, зокрема, результатів внутрішнього фінансового аудиту та результатів спеціальних маркетингових досліджень), мають кон'юнктуру можливість управляти ризиками з різною ставкою дисконту без необхідності зростання капітальної бази, в результаті чого виникає проблема синхронізації підприємницького, соціального та інноваційно-інвестиційного ризиків підприємства з рівнем його капіталізації на фондових ринках. Відносно низькі ризики спекулятивних операцій Україні і їхня висока прибутковість перешкождали трансформації фіктивного капіталу в промисловий, що неминуче призвело до надмірного зростання сфери споживання, кризи споживчого капіталу, знецінення національної валюти, а розширене відтворення нематеріальних цінностей на основі нарощування фіктивного капіталу (паперових грошей, цінних паперів та інших віртуальних вартостей) не тільки посилило фінансові ризики фінансового сектору та підприємств-емітентів, але й негативно вплинуло на низьку якість соціально-економічного розвитку.

Особливо актуальними стають проблеми СВБ українського підприємства в умовах високої відкритості економіки країни: питома вага експорту товарів у ВВП в 2011 р. складала: в Україні – 63,3%; Китаї – 25,3%, Росії – 31% [18]. Експорт продукції з низькою питоною вагою доданої вартості підвищує тиск на природний капітал, унеможливує формування передумов для впровадження європейських соціальних стандартів на основі стимулювання попиту на внутрішньому ринку та інвестування людського інтелектуального капіталу (оплата праці в Україні залишається найнижчою серед європейських держав, крім Молдови) [12].

Висновки і напрямки подальших наукових досліджень. Чим вищими є нерівність у розподілі ринкової влади і відкритість вітчизняної економіки, тим гострішою є потреба дослідження макро- і мікросередовища функціонування корпоративних структур і дотримання ними вимог щодо соціальної відповідальності бізнесу. Прямі й непрямі чинники впливу на ключові параметри моделі СВБ знаходяться поза межами товаровиробника та охоплюють широку мережу економічних агентів, в тому числі і державу як агента ринку.

Необхідність удосконалення корпоративної і соціальної політики держави змінює характер і технологію аналітичних досліджень, розширюючи просторово-часовий горизонт діагностики і пошуку раціональних рішень у процесі формування моделі соціальної відповідальності бізнесу, що актуалізує практичний інтерес і до концепції соціально-відповідального маркетингу й маркетингу взаємодії, які в основному визначають теоретичне підґрунтя використання методів маркетингового та корпоративного менеджменту не лише в бізнесі, а й в інших сферах суспільного життя.

1. Про затвердження Державної програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки: Постанова Верховної Ради України від 27.03.2013 №187 // www.kmu.gov.ua.

2. Звіт Антимонопольного комітету України за 2012 рік: Розпорядження Антимонопольного комітету України від 12.03.2013 №175-р // www.amc.gov.ua.
3. Відповідальне управління ланцюгами постачань: Глобальний договір ООН // www.svb.org.ua.
4. Глуха Г.Я., Лимонова Е.М. Фіктивний капітал: природа, сутнісні характеристики та основні тенденції розвитку // Європейський вектор економічного розвитку.— 2009.— №2.— С. 31–38.
5. Лорачова М.І. Корпоративні конфлікти в Україні: основні види та їх значущість // Пробл. економіки та управління: Вісник Нац. ун-ту «Львів. політехніка».— 2011.— Вип. 698.— С. 170–179.
6. Коупленд Т., Колер Т., Мурін Дж. Стоимість компаній: оцінка і управління / Пер. с англ.— 3-е изд.— М.: Олимп-Бизнес, 2007.— 576 с.
7. Лайкер Дж. Дао Тойота: 14 принципів менеджмента ведущей компанії мира / Пер. с англ.— 6 изд.— М.: Альпина Паблишерз, 2011.— 400 с.
8. Нивен П.Р. Сбалансированная система показателей: шаг за шагом: максимальное повышение эффективности и закрепление полученных результатов / Пер. с англ.— Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2004.— 328 с.
9. Обсяг торгів цінними паперами в Україні за 11 місяців виріс на 6% // news.finance.ua.
10. Пахомов Ю. Ринкові трансформації в Україні у контексті світового досвіду // Вісник НАН України.— 2001.— №3.— С. 11–14.
11. Стюарт Т.А. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций / Пер. с англ.— М.: Поколение. 2007.— 368 с.
12. Суспільно-політична ситуація у країні напередодні парламентських виборів // Національна безпека і оборона.— 2012.— №7–8.— С. 28–54.
13. Трансформація вартості у розвитку відносин «підприємство-клієнт»: Монографія / За наук. ред. Є. Крикавського і Н. Чухрай.— Львів: НУ «Львівська політехніка», 2007.— 250 с.
14. Федулова Л.І. Соціальні інновації в системі соціально-економічних відносин // Український соціум.— 2008.— №3.— С. 60–75.
15. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию.— М.: АСТ, Ермак, 2004.— 730 с.
16. Шапочка Е. Стратегия социальной ответственности в маркетинге компаний // Управление компанией.— 2005.— №9.— С. 12–20.
17. Якість економічного зростання / В. Томас, М. Дайламі, А. Дарешвар та ін.; Пер. з англ.; Наук. ред. О. Кілієвич.— К.: Основи, 2002.— 350 с.
18. Capital Flows to Emerging Market Economies. Institute of International Finance, June 1, 2011.

Стаття надійшла до редакції 1.08.2013.