

Кавтиш О.П.

к. е. н, доц. ФММ КПІ ім. Ігоря Сікорського

Прокопенко Я.Г.

студентка ФММ КПІ ім. Ігоря Сікорського

РОЛЬ КСВ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена дослідженню ролі корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) у забезпеченні конкурентоспроможності національних підприємств. Проаналізовано сучасний стан регулювання та запровадження КСВ на рівні компаній. За результатами проведеного дослідження виявлено основні проблеми та обґрунтовано ключові напрями активізації запровадження КСВ у діяльність вітчизняних підприємств. Діагностовано необхідність участі держави та інститутів громадянського суспільства у процесі активізації КСВ-практик з метою отримання синергетичного ефекту забезпечення конкурентоспроможності на всіх рівнях економіки. Таким чином, стаття має практичне значення і орієнтована на обґрунтування ролі та можливостей застосування КСВ у діяльності національних підприємств.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), конкурентоспроможність, роль КСВ, практики КСВ, рейтинги, державне регулювання, громадянське суспільство.

Постановка проблеми. У сучасних умовах кризи усіх рівнів національного господарства, яка характеризується значною обмеженістю у доступі до економічних ресурсів, диспропорційністю розвитку регіонів, технологічною відсталістю, низькими показниками купівельної спроможності населення і результатами фінансово-господарської діяльності ринкових суб'єктів, зростанням фактору недовіри до бізнесу та влади, постійними соціально-економічними трансформаціями перед вітчизняними підприємствами постає питання пошуку нових інструментів забезпечення конкурентоспроможності.

Як свідчить практика ряду постіндустріальних та індустріальних країн ним може стати корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), що набуває стратегічного характеру не лише на рівні підприємств, а цілих країн та регіонів. Вони прагнуть посилити свої конкурентні позиції, здійснити ефективну трансформацію соціально-економічних, культурних та політичних інститутів, орієнтованих на досягнення економічних інтересів через етичне, соціально та екологічно-дбайливе ставлення до середовища функціонування, врахування і взаємоузгодження інтересів ключових стейкхолдерів. Зокрема, стратегія ЄС із соціальної відповідальності зазначає, що «економічна криза та її соціальні наслідки в

деякій мірі зашкодили рівню довіри до бізнесу. Вони зосередили увагу громадськості на соціально відповідальній діяльності підприємств. З відновленням зусиль по сприянню КСВ зараз можна створити умови, сприятливі для стійкого економічного зростання, відповідальної поведінки бізнесу та стабільного створення робочих місць у середньостроковій і довгостроковій перспективі» [1].

В Україні ряд підприємств здійснює реалізацію КСВ-практик, проте в основному це великі підприємства-експортери, представництва іноземних компаній в Україні, окремі підприємства сфери послуг. Вони звітують про результати та ефективність запроваджених практик. Проте, на жаль, цього на сьогоднішній день є недостатньо, оскільки часто такі практики залишаються просто «модним брендом». Ще однією проблемою є те, що ряд підприємств запроваджує такі практики, проте не співвідносить їх з КСВ, не здійснює аналізу їх впливу на результати діяльності компаній, що також не дає можливості їхнього використання у повній мірі для забезпечення конкурентоспроможності як на національному, так і міжнародних ринках. У свою чергу, це призводить до зниження конкурентоспроможності галузей, регіонів та національного господарства загалом. Все це вимагає постановки питання про комплексне наукове обґрунтування ролі і напрямів реалізації КСВ у діяльності підприємств з метою забезпечення їх стратегічної конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених в своїх працях досліджують питання КСВ. Серед них варто відзначити П. Друкера, М. Портера, Ф. Котлера, В. Жуковську, Л. Петрашко, О. Новікову, Т. Смовженко, А. Я. Кузнецову, Л. Волошок, В. Воробей та інші. Широке коло питань щодо КСВ висвітлено у публікаціях Центру «Розвиток КСВ». Аналіз праць дослідників показує, що значна увага приділяється загальнотеоретичним питанням КСВ, виявленню та аналізу застосування практик КСВ у діяльності підприємств, порівнянню цих практик із загальносвітовими. Однак, зважаючи на сучасні реалії в сфері ефективного впровадження КСВ, можна зробити висновок про те, що даний напрям потребує подальшого доопрацювання і розробки з метою акцентування уваги на практичному значенні впровадження КСВ українськими компаніями з метою підвищення їх конкурентоспроможності та ролі держави і громадянського суспільства у цьому процесі.

Мета. Метою статті є визначення ролі КСВ у забезпеченні конкурентоспроможності національних підприємств та надання практичних рекомендацій щодо її активізації. Відповідно до зазначеної мети, в роботі поставлено та вирішено наступні завдання:

- досліджено теоретичні основи КСВ;
- здійснено аналіз стану КСВ українських компаній та її впливу на їх конкурентоспроможність;
- надано рекомендації по впровадженню КСВ на підприємствах та обґрунтовано роль держави і інститутів громадянського суспільства у даному процесі.

Виклад основного матеріалу. Ситуація, що наразі характеризує узагальнені показники конкурентоспроможності національної економіки та її базових суб'єктів (підприємства), за словами аналітиків, загрожує остаточно підірвати не лише довіру до країни, а й позиції національних виробників на зовнішніх і внутрішньому ринках, зафіксувати технологічне відставання України, обмежити доступ до джерел фінансових та інших ресурсів, довгострокового контактування тощо, перетворивши їх на відсталі сировинні «придатки» іноземного бізнесу та створивши умови тотальної економіко-політичної залежності.

Так, у рейтингу глобальної конкурентоспроможності за 2015 рік Україна втратила 3 позиції і спустилась з 76-го (у 2014 році) на 79 місце серед 140 країн світу [2]. Загальна динаміка зміни позицій оцінки індексу конкурентоспроможності України представлена на рис. 1.

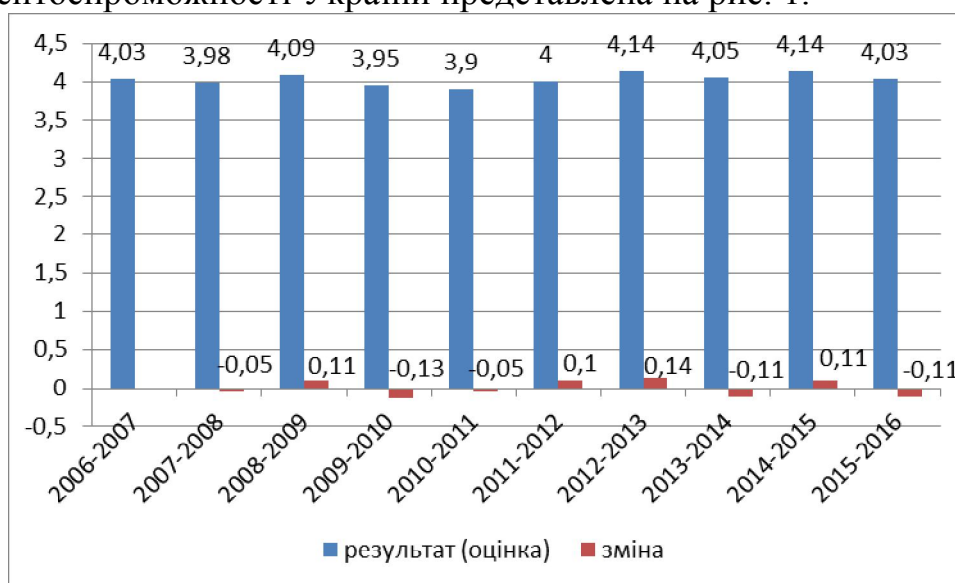


Рис. 1 Оцінка індексу конкурентоспроможності України

Важливо відмітити і той факт, що у 2008-2009 роках Україна входила до країн так званої другої групи (економіка, заснована на ефективності), але поступово місце України знизилось до перехідного етапу між економікою, що рухається факторами виробництва (конкуренція цін, використання основних факторів виробництва) та економіки, заснованої на ефективності.

У країнах, які знаходяться на етапі між економікою, заснованою на ефективності, та економікою, що переведена на інновації, КСВ знаходиться на високому рівні і активно підтримується державою та бізнес-середовищем. Це такі країни як Австралія, Австрія, Бельгія, Великобританія, Греція, Данія, Ізраїль, Ісландія, Іспанія, Італія, Канада, Кіпр, Люксембург, Мальта, Нідерланди, Німеччина, Нова Зеландія, Норвегія, ОАЕ, Південна Корея, США, Франція, Чехія, Швейцарія, Швеція, Японія. Така ситуація визначається тим, що КСВ здатна впливати на рівень конкурентоспроможності підприємств і держави в цілому.

Іноземні наукові дослідження доводять: в компаніях, що впроваджують КСВ-практики, дохідність продажу зростає на 3%, активів – на 4%, а капіталу та акцій – більш ніж на 10%. Внутрішні соціально відповідальні заходи сприяють підвищенню лояльності персоналу. Це відповідає «залізному закону відповідальності» [3].

Дійсно, якщо визначити ключове завдання управління конкурентоспроможністю, яке полягає у виборі і реалізації конкурентної стратегії компанії, то можна зауважити, що КСВ стимулює її безпосередню реалізацію. Більше того, уведення КСВ у конкурентну стратегію не лише забезпечуватиме зростання самих підприємств, а і призводитиме до синергетичного ефекту середовища їх функціонування (від ланцюга цінностей компаній до реалізації цінностей території, галузей, економіки) (рис. 2.).



Рис. 2. Роль КСВ-практик у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства (побудовано автором на основі [4])

Проте, вітчизняні дослідження виявили, що 30% компаній в Україні розпочали свою КСВ діяльність тільки, тому що так роблять їх конкуренти, щоб мати таку ж пропозицію для клієнтів. І хоча за результатами дослідження «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи», з 2005 по 2010 рік інтенсивність впровадження соціальної відповідальності зростає з 31,3% компаній, які

робили це постійно у 2005 році, до 55% компаній [5], інтенсивність виведення їх на якісно новий рівень є дуже низькою. І це не зважаючи на кількість компаній, що стали підписантами Глобального договору ООН: у 2006 р. їх налічувалось 46, а у 2015 р. – 292.

За словами Л. Петрашко, в Україні за стандартами GRI звітність реально подає не більше 5 компаній. Близько 149 його підписантів 9 не здійснювали формування та оприлюднення звітів з КСВ. Аналіз окремих звітів також свідчить, що виконання принципів Глобального договору носить суто декларативний характер, а самі застосовувані практики не є КСВ у повній мірі (переважно благодійність та інша робота поза межами основного виду діяльності) [6, с. 122].

Згідно національних та міжнародних досліджень основні практики КСВ є точковими та стосуються переважно роботи з персоналом, дотриманням прав споживачів, захистом здоров'я та безпекою праці, в той час як все ще низьким є рівень реалізації практик, орієнтованих на громаду (місце влада, заклади освіти, соціальні неурядові інституції тощо), боротьбу з корупцією, екологію. Навіть реалізація волонтерських практик – це переважно донорство крові. Більш широкі практики зазвичай ініціюються самими робітниками і ними ж реалізуються. І все це на фоні відсутності реальних стратегій-КСВ, вплетених у загальні стратегії розвитку і забезпечення конкурентоспроможності підприємств [7].

Таким чином можна відзначити, що значна кількість українських підприємств все ще обмежується дотриманням і виконанням вимог чинного законодавства в рамках провадження діяльності, яка орієнтована на найнижчі і найпростіші рівні КСВ-практик з метою отримання суто економічних вигід (спрощення процедури оподаткування чи зменшення податкової бази, доступ до адміністративного ресурсу, «безкоштовний» брендинг та ін.) [8].

На наш погляд, така ситуація є загрозовою у сучасних умовах, коли рейтинг довіри населення до бізнесу та влади постійно падає, а з ним і їх можливості до забезпечення і підтримки конкурентоспроможності. Можна погодитись зі словами директора департаменту державної екологічної інспекції В.Лазарева, який говорить, що «рейтинг конкурентоспроможності українських підприємств, який наразі враховує і соціальну, і екологічну відповідальність бізнесу, рік за роком падає. З ним падає і рейтинг держави, що вимагає радикальних змін» [9].

Україна наразі переживає непрості часи, коли дуже важливо бізнесу продемонструвати свою важливу роль у розвитку суспільства. І саме тому КСВ вже не може бути на периферії бізнесу, вона повинна бути інтегрована в прийняття операційних та стратегічних рішень компаній. КСВ – це відкритість, прозорість і прийняття рішень із залученням стейкхолдерів. КСВ – це підтримка етики і протидія всім неетичним та незаконним діям. Для інтеграції КСВ в діяльність компанії, можна рекомендувати впроваджувати програми корпоративного управління, що дозволить вдосконалити існуючі бізнес-процеси, а також підтримувати та

розвивати ініціативність працівників. Не менш важливим є впровадження екологічних практик, зокрема, створення «зелених офісів». Ще одним кроком для становлення позитивного іміджу компанії в суспільстві є завоювання лояльності споживачів шляхом удосконалення системи обслуговування та впровадження управління якістю. Практики пропагування бережливого ставлення до навколишнього середовища, використання упаковок з відновлювальних джерел, проведення презентацій, залучення різних категорій населення до практик КСВ, що матиме наслідком підвищення рівня довіри громадян до бізнесу. Важливим є формування та висвітлення звітів із КСВ компанії. Публікація звітів зі сталого розвитку демонструє відкритість компанії до діалогу з зацікавленими сторонами і є одним з найважливіших етапів його розвитку. Головне завдання соціальних звітів – проведення глибокого самоаналізу своєї діяльності в галузі корпоративної соціальної відповідальності з точки зору системності та комплексності. Добровільна регулярна звітність з корпоративної соціальної відповідальності дозволяє компанії не тільки враховувати потреби та очікування зацікавлених сторін, а й аналізувати, а також покращувати власну діяльність.

Загалом, ігнорування державою теми КСВ, неприйняття або неправильне розуміння цього питання може призвести до збільшення фіскального навантаження на підприємства, зростання соціальної напруженості тощо і, відповідно, втрати конкурентоспроможності як окремого підприємства, так і країни в цілому. Саме тому вкрай необхідна підтримка держави і реалізації КСВ в першу чергу на її рівні, чого, на жаль, наразі не спостерігається [10].

Так, і досі не доопрацьованими та реально не діючими є концепції соціальної держави і соціального аудиту. Закон України «Про здійснення державних закупівель» [11] не в повній мірі відповідає міжнародній практиці ведення закупівель ані в державному, ані в приватному секторах. Лише деякі з компаній намагаються реалізувати найкращі практики закупівель. Принципи Концепції «Зеленого зростання», яка вперше була презентована ще у 2005 році, поряд з іншими програмними документами щодо «зеленої економіки» та «стійкого розвитку» з урахуванням екологічного стану країни, а також запровадження енергозберігаючих та ресурсоефективних технологій і процесів можна також віднести до декларативних. Зокрема, якщо у США енергоємність ВВП складає 0,34 кг н.е./дол. при ВВП на 1 особу населення 31,75 тис. дол., то в Україні – 0,98 при ВВП на 1 особу населення 0,83 тис.дол. [12].

Наразі ж найбільш болючою проблемою залишаються антикорупційні практики і запровадження комплаєнс-політик у систему практик КСВ, оскільки на фоні активізації державного регулювання корупції, кількість компаній, які готові робити свій внесок у боротьбу з нею зростає досить повільно, а про реальні практики звітує невелика їх кількість [13]. Крім того соціальна відповідальність держави, державного сектора економіки і муніципалітетів характеризується відсутністю реальної позитивно

динаміки тощо [6;10]. Мова іде про те, що поряд з висвітленням і пропагандою КСВ має прослідковуватись готовність держави брати на себе відповідальність у межах закону і добровільно. Крім того, це і готовність держави дозволити інститутам громадянського суспільства реалізувати їх функції «соціального контролера та аудитора», які наразі все ще досить обмежені. Це, в свою чергу, задіє ланцюг реалізації соціальної відповідальності людини – підприємств – галузей – територій – держави – громадянського суспільства.

Висновки. Таким чином, у процесі дослідження було виявлено, що КСВ виступає важливим інструментарієм щодо забезпечення конкурентоспроможності не лише підприємств, а і економіки країни у цілому. Проте наразі в Україні КСВ-практики перервано як спосіб вибудовування іміджу компаній шляхом підміни КСВ простою благодійністю, що ще більше знижує довіру до них та обмежує напрями нарощення конкурентних позицій та потенціалу розвитку.

Виявлено, що завдяки реалізації заходів КСВ українські компанії зможуть сприяти підвищенню рівня своєї конкурентоспроможності, насамперед, через підвищення якості, енергетичної та матеріальної ефективності, зниження витрат, отримання нових знань та інноваційних рішень, залучення інвестицій, активізації мотивації працівників і зростання продуктивності праці, зменшення ризиків і покращання репутації компанії. Більше того, впровадження практик КСВ здатне призводити до позитивного впливу на суспільство та державу загалом, насамперед, якість життя людей, навколишнє середовище, соціальну стабільність, національну єдність та усвідомлення необхідності партнерського ставлення до вирішення ключових соціально-економічних проблем на основі дієвих прозорих інститутів.

Доведено, що КСВ має запроваджуватись і реалізуватись на всіх рівнях національної економіки та усіма організаціями не залежно від форми власності та виду діяльності за принципами стратегічної орієнтації, добровільності, виваженої внутрішньої й зовнішньої соціальної політики компанії, системності, постійної вагомості, розвитку партнерства, відкритості та публічності, адресності соціальної підтримки, різноманітності видової реалізації за активної участі держави та інститутів громадянського суспільства.

Список використаних джерел

1. Стратегія ЄС з корпоративної соціальної відповідальності 2011-2014: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2011:0681:FIN:EN:PDF>
2. Офіційний сайт World Economic Forum. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://widgets.weforum.org/global-competitiveness-report-2015>.
3. Петрашко Л. Корпоративна соціальна відповідальність в українській бізнес-практиці / Л. Петрашко // Міжнародна економічна політика. – 2011. – Вип. 1-2. – С. 115-141. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Мер_2011_1-2_7.
4. Курицько Р. Осваиваем КСО: просто о сложном/ Р. Курицько. – К.: Издательство «Журнал «Радио», 2011. – 204 с.

5. Наслідки неприйняття національної політики з корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) для України. . [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2013/11/cost_of_non_adoption_final.pdf
6. Петрашко Л.П. Корпоративна відповідальність: крос-культурні моделі та бізнес-практики: монографія. / Л.П. Петрашко. – К.: КНЕУ, 2013. – 372 с.
7. Офіційний сайт Центру розвитку корпоративної соціальної відповідальності. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>.
8. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку/ А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна – К.: Видавництво «Фарбований лист», 2010 – 56 с. Режим доступу: <http://csr-ukraine.org/wp-content/uploads/2014/04/ksv-2005-2010-analitychnyy-zvit.pdf>
9. Лазарев В. Составлен рейтинг самых «зеленых» компаний Украины. /В. Лазарев. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://biz.liga.net/all/industriya/novosti/2076006-sostavlen-reyting-samykh-zelenykh-kompaniy-ukrainy.html>.
10. Новікова О. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): Монографія / О.Ф. Новікова, М.Є. Дейч, О.В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
11. Закон України «Про здійснення державних закупівель». Відомості ВРУ:-редакція від 01.04.2016 року. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.rada.gov.ua.
12. Шевченко В. «Використання енергозберігаючих технологій в країнах ЄС: досвід для України». Аналітична записка. /В. Шевченко. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/262>.
- 13 Саприкіна М. Аналітична довідка «Боротьба з корупцією. Роль бізнесу в Україні». / М. Саприкіна, А. Зінченко, Д. Ляпін, А. Данилюк, Д. Каба – К.: ТОВ «Фарбований лист», 2011. – 51 с.

Кавтыш О.П.

к. э. н, доц. ФММ КПИ им. Игоря Сикорского

Прокопенко Я.

студентка ФММ КПИ им. Игоря Сикорского

РОЛЬ КСО В ОБЕСПЕЧЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена исследованию роли корпоративной социальной ответственности (КСО) в обеспечении конкурентоспособности национальных предприятий. Проанализировано современное состояние регулирования и внедрение КСО на уровне компаний. По результатам проведенного исследования выявлены основные проблемы и обоснованно ключевые направления активизации внедрения КСО в деятельность отечественных предприятий. Диагностирована необходимость участия государства и институтов гражданского общества в процессе активизации КСО-практик с целью получения синергетического эффекта обеспечения конкурентоспособности на всех уровнях экономики. Таким образом, статья имеет практическое значение и ориентирована на обоснование роли и возможностей применения КСО в деятельности национальных предприятий.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность (КСО), конкурентоспособность, роль КСО, практики КСО, рейтинги, государственное регулирование, гражданское общество.

Kavtysh O. P.

PhD of Economic sciences, associate professor FMM Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

Prokopenko Ya.

Student FMM Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute

THE ROLE OF CSR IN ENSURING THE COMPETITIVENESS OF DOMESTIC ENTERPRISES

The article investigates the role of corporate social responsibility (CSR) to ensure the competitiveness of domestic enterprises. The current state of regulation and implementation of CSR at company level. The results of the study revealed major problems and justified activation key areas in the implementation of CSR activities of domestic enterprises. Diagnosed the need for participation of the state and civil society in the process of activating CSR practices in order to obtain a synergistic effect to ensure competitiveness at all levels of the economy. Thus, the paper has practical value and focused on the study of the role and opportunities for application of CSR activities of domestic enterprises.

Keywords: Corporate Social Responsibility (CSR), competitiveness, the role of CSR, CSR practices, ratings, government regulation, civil society.

Кавтиш Оксана Петрівна

okavtysh@yandex.ua

Прокопенко Ярослава Григорівна

yaroslavka15@mail.ru