

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України до світової економічної системи ставить перед українськими підприємствами нові питання, одне з яких пов'язане з соціальною відповідальністю, їх здатністю та бажанням на добровільних засадах сприяти реалізації соціальних потреб своїх співробітників і регіону, в якому працюють підприємства.

Соціальна відповідальність (social responsibility) – відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності на суспільство і навколишнє середовище через прозору і етичну поведінку, яка: сприяє сталому розвитку, включаючи здоров'я і добробут суспільства; враховує очікування зацікавлених сторін; відповідає законам і узгоджується з міжнародними нормами поведінки; інтегрована в діяльність всієї організації, застосовується в її взаєминах [5].

Корпоративна соціальна відповідальність є не просто сучасною концепцією, що лежить в основі PR-заходів підприємств. Це необхідна складова функціонування будь-якого успішного суб'єкта господарювання, метою якої є досягнення лідерських позицій на ринку і збереження їх. Корпоративна соціальна відповідальність – це добровільний внесок бізнесу в розвиток суспільства, який здійснюється за допомогою соціальних інвестицій, спрямованих на професійний розвиток і соціальний захист персоналу, підтримку охорони здоров'я, спорту, культури, освіти, охорони навколишнього середовища тощо [3, с. 30].

Корпоративна соціальна відповідальність виражається в наступних факторах:

- створення робочих місць;
- виплата регулярної заробітної плати своїм працівникам і внесення свого вкладу в їх соціальне забезпечення;
- інвестиції в розвиток людського потенціалу;
- партнерські програми;
- проекти розвитку місцевого та регіонального значення;
- повна сплата всіх видів податків [4, с. 81].

Економічні регулятори корпоративної соціальної відповідальності – це матеріальні, технологічні, управлінські та інші ресурси, а також фінансові кошти компаній, що направляються за рішенням керівництва на реалізацію соціальних програм, розроблених з урахуванням інтересів громадянського суспільства, в припущенні, що в стратегічному відношенні компанією буде отримано соціальний і економічний ефект. При будь-якому відношенні до

корпоративної соціальної відповідальності слід зазначити, що її розвиток створює більш сприятливі умови для поліпшення соціального клімату в громадянському суспільстві і служить справі підвищення якості життя населення.

Соціальна відповідальність бізнесу – це сучасна філософія поведінки бізнесу, зорієнтована на свідоме та системне врахування в діяльності підприємства інтересів зацікавлених сторін [1, с. 127].

Основними зацікавленими сторонами компанії є такі цільові групи: акціонери; інвестори; співробітники; державні структури; споживачі (фізичні та юридичні особи); ділові партнери, професійні спільноти, суспільство в цілому.

Система організаційного забезпечення корпоративної соціальної відповідальності являє собою взаємопов'язану сукупність внутрішніх служб і підрозділів підприємства, які покликані забезпечувати розробку й прийняття управлінських рішень щодо окремих аспектів його соціальної діяльності та несуть відповідальність за результати цих рішень.

Говорячи про сутність корпоративної соціальної відповідальності, потрібно розкрити ряд функцій, які вона виконує:

1) Досягнення цілей сталого розвитку суспільства, під якими розуміється задоволення потреб нинішнього покоління без створення загроз для задоволення потреб майбутніх поколінь.

2) Врахування інтересів суспільства і підвищення якості життя основних зацікавлених сторін компаній.

3) Формування і розвиток діалогу стейкхолдерів – постійна взаємодія із зацікавленими сторонами з метою врахування їх думок і очікувань в процесі прийняття і реалізації рішень.

4) Включення в процес бізнесу не тільки економічних питань, а й соціальних та екологічних [4, с. 82].

Це дозволить підприємствам керувати впливом своєї діяльності на суспільство і навколишнє середовище й бути відповідальними за його наслідки. При цьому суб'єктам господарюванням важливо розуміти, що корпоративна соціальна відповідальність не є обов'язковим доповненням до їх основної діяльності та не обмежується філантропією.

Управління фінансами підприємства в кінцевому підсумку спрямоване на підвищення ефективності вкладень, що виражається у співвідношенні результатів фінансово-господарської діяльності підприємства та понесених при цьому сукупних витрат. Це стосується у значній мірі і соціальних результатів виробництва, максимізації добробуту працівників.

Дана мета, у порівнянні з цільовою установкою отримання максимального прибутку, більш оптимальна, оскільки вона враховує: зростання добробуту акціонерів у майбутньому; розподіл у часі надходження прибутку, вхідних грошових потоків; ризики та невизначеність; доходи акціонерів.

До соціальних інвестицій відносяться всі витрати підприємства на реалізацію соціальних програм, включаючи витрати на соціальний розвиток колективу, забезпечення екологічної безпеки, охорону праці та виробництва, зростання виробничого потенціалу тощо [2, с. 80].

Корпоративна соціальна відповідальність сприяє більш ефективному досягненню підприємствами їх стратегічних цілей, оскільки дозволяє здійснювати довгострокові інвестиції у створення сприятливого соціального середовища. Таким чином, бізнес реалізує свої основні потреби у виживанні, безпеці та стабільності.

Отже, краще і ширше впровадження соціальної відповідальності бізнесу українськими підприємствами може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, допомогти вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ підприємств з українським капіталом на міжнародні ринки, підвищити їх капіталізацію та забезпечити сталий розвиток країни загалом.

Література

1. Мишковська О.П. Моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу / О.П. Мишковська // Наукові праці ЧДУ ім. П. Могили: Соціологія. – 2012. – Випуск 189. – Том 201. – С. 127-130.
2. Проскурин В. Социальная ответственность менеджмента как составная часть управления финансами предприятия / В. Проскурин // Финансовая жизнь. – 2013. – № 1. – С. 77-81.
3. Тумилевич Е.Н. Построение системы корпоративной социальной ответственности в компании / Е.Н. Тумилевич // Российское предпринимательство. – 2012. – № 23 (221). – С. 30-37.
4. Шаповаленко В.Г. Корпоративная социальная ответственность: понятие и сущность / В.Г. Шаповаленко // Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. – 2013. – № 5 (31). – С. 79-84.
5. ISO 26000 – Справочник по вопросам обеспечения корпоративной социальной ответственности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bsigroup.com/ru-RU/ISO-26000/>.

Матчишина Л. О., ст. гр. ФСГзм-11

Гуцал І. С., д.е.н., професор

ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ

Через недосконале законодавство, відсутність належного теоретико-методичного забезпечення санації, дефіцит кваліфікованого фінансового менеджменту, брак державної фінансової підтримки виробничих структур та з інших суб'єктивних і об'єктивних причин багато з потенційно життєздатних