

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ У КОРПОРАТИЗОВАНИХ СТРУКТУРАХ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ

Панченко Н.Г., к.е.н., доцент (УкрДУЗТ)

Світовий досвід свідчить, що в економічно розвинутих країнах основою національних економік є корпорації. Корпоратизація галузі залізничного транспорту спрямована на створення нових якісних умов для клієнтів та працівників, а також відкриття можливостей для інвестицій в інфраструктуру. Економічною наукою доведено та підтверджується практикою, що для забезпечення стійкого розвитку корпоратизованих бізнес-структур соціальна відповідальність має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проектів інноваційного розвитку. Соціальна відповідальність корпоратизованих структур у транспортній галузі – це сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих підсистем та елементів, у межах якої формуються та реалізуються напрямки соціально та екологічно відповідальної політики, визначаються можливі ризики структурних перетворень та розкривається її значущість в інтересах особистості та формування соціальної та екологічної свідомості.

Ключові слова: соціальна відповідальність, корпоратизовані бізнес-структури, корпоратизація, транспортна галузі, залізничний транспорт

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В КОРПОРАТИЗИРОВАННЫХ СТРУКТУРАХ ТРАНСПОРТНОЙ ОТРАСЛИ

Панченко Н.Г., к.э.н., доцент (УкрГУЖТ)

Мировой опыт свидетельствует, что в экономически развитых странах основой национальных экономик являются корпорации. Корпоратизация отрасли железнодорожного транспорта направлена на создание новых качественных условий для клиентов и работников, а также открытие возможностей для инвестиций в инфраструктуру. Экономической наукой доказано и подтверждено практикой, что для обеспечения устойчивого развития корпоратизированных бизнес-структур социальная ответственность имеет не меньшее значение, чем развитая экономическая инфраструктура, политическая стабильность или воплощение в жизнь проектов инновационного развития. Социальная ответственность корпоратизированных структур в транспортной отрасли – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих подсистем и элементов, в рамках которой формируются и реализуются направления социально и экологически ответственной политики, определяются возможные риски структурных преобразований и раскрывается ее значимость в интересах личности и формирования социальной и экологической сознательности.

Ключевые слова: социальная ответственность, корпоратизированные бизнес-структуры, корпоратизация, транспортная отрасли, железнодорожный

ENSURING SOCIAL ACCOUNTABILITY IN THE CORPORATIZED STRUCTURES OF THE TRANSPORT INDUSTRY

Panchenko N.G., Ph.D. in Economics, associate Professor (UkrSURT)

World experience shows that in developed countries the basis of the national economies of the Corporation. Corporatisation of the sector of railway transport is aimed at creating a new high quality environment for customers and employees, as well as opening opportunities for investment in infrastructure. Economic science has proved and confirmed that for sustainable development corporatized businesses social responsibility is no less important than the development of economic infrastructure, political stability or the implementation of innovative development projects. Social responsibility corporatized structures in the transport sector is a set of interrelated and interacting subsystems and elements, which were created and implemented in the direction of socially and environmentally responsible policies, identifies possible risks of structural reforms and reveals its importance in the interests of the individual and formation of social and ecological awareness. In such a system minimizes the negative and positive consequences Maximus environmental responsibility. Social responsibility is part of the image and reputation of the state, the regions, the market environment. Railways must focus on relevant economic and social goals, achieve them, to diagnose them and to have an independent audit opinion on these issues, not only to set goals at the confirmation level of monopoly status – profitability and capitalisation.

Keywords: *social responsibility, corporatized business structure, corporatization, the transport industry, railway transport*

Постановка проблеми та її зв'язки з науковими чи практичними завданнями. Світовий досвід свідчить, що в економічно розвинутих країнах основою національних економік є корпорації. Вони сприяють реалізації багатьох напрямків діяльності: концентрації капіталу й інвестуванню його в напрямках, котрі забезпечують конкурентоздатність на світових і національних ринках; пом'якшенню суперечностей між трудом і капіталом; подолання внутрішнього протиріччя людини-власника і людини-працівника; формуванню корпоративної культури.

Корпоратизація в Україні започаткована Указом Президента України «Про корпоратизацію підприємств» від 15 червня 1993 р. №210/93, який є чинним і на сьогодні. Указ визначає мету корпоратизації у

складі трьох частин: реформування управління державним сектором економіки; підвищення відповідальності державних підприємств за результати економічної діяльності; підготовка їх до приватизації. Суть корпоратизації – реорганізація державного підприємства чи їх об'єднання шляхом перетворення. Суб'єкт господарювання, який пройшов процес корпоратизації, називається корпоратизованим.

Не залишився осторонь процесів корпоратизації український монополіст на ринку транспортних послуг – Укрзалізниця. У вересні 2015 року Кабінет міністрів України ухвалив рішення про корпоратизацію Державної адміністрації залізничного транспорту України («Укрзалізниця») і почав процес формування нової акціонерної компанії. Корпоратизація галузі залізничного

транспорті спрямована на створення нових якісних умов для клієнтів та працівників, а також відкриття можливостей для інвестицій в інфраструктуру.

Економічною наукою доведено та підтверджується практикою, що для забезпечення стійкого розвитку корпоративних бізнес-структур соціальна відповідальність має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проєктів інноваційного розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика соціальної відповідальності бізнесу на даний час є доволі популярним напрямком наукових досліджень. Основу дослідження соціальної відповідальності бізнес-структур започатковано у роботах Ю. Грудзевич [2], О. Ворожбит, Н. Титової [1], О. Мочерної [9], В. Кисельової [7], Ф. Хміль [13], М. Стародубської [12], М. Ліборакіної [8], А. Зінченко, М. Сапкікіної [10] та ін. Окремі аспекти сутності соціальної відповідальності бізнесу й особливостей її формування розглянуто у працях В. Диканя, Ю. Боровика, О. Полякової, Ю. Уткіної, В. Компанієць, В. Зубенко, О. Маковоз, І. Токмакової, О. Шраменко [3-5].

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Разом з тим, на нашу думку, недостатньо висвітленими у науковій літературі залишаються теоретико-методичні питання забезпечення соціальної відповідальності корпоративних бізнес-структур, а особливо у транспортній галузі.

Формування цілей статті (постановка завдання). Метою статті є теоретичне узагальнення підходів до визначення сутності та основних напрямів соціальної відповідальності корпоративних бізнес-структур, зокрема, у транспортній галузі.

Виклад основного матеріалу

дослідження. Нині існує багато трактувань категорії «корпоративна соціальна відповідальність». Однак розуміння сутності цієї категорії в економічній науковій літературі не завжди однозначне. В західній літературі вона, як правило, трактується у контексті забезпечення стійкого розвитку компаній. Так, наприклад, у документах Європейської Комісії подано таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь у покращенні життя суспільства та захисті довкілля. Багато фахівців ототожнюють поняття «корпоративна соціальна відповідальність» і «соціальна відповідальність». Стосовно терміна «соціальна відповідальність», то фахівець у сфері соціальної відповідальності компаній Х. Гордон Фітч ще в 70-х роках минулого століття зазначав, що соціальна відповідальність – це спроба вирішити соціальні проблеми, які повністю або частково спричинені діяльністю компаній. Тому, на наш погляд, поняття «корпоративна соціальна відповідальність» ширше, оскільки охоплює не лише соціальну, й економічну та екологічну сфери.

В науковій літературі існує чотири основні підходи до концепції корпоративної соціальної відповідальності:

- економічний підхід, згідно з яким підприємство виступає інструментом для створення багатства, а вся його соціальна діяльність спрямована на досягнення економічного результату. Найвідомішим прибічником даного підходу є американський економіст М. Фрідман, який вважає, що «існує одна і тільки одна соціальна відповідальність ділового світу – використати свої ресурси і займатися діяльністю, спрямованою на збільшення прибутків, при умові дотримання правил гри, тобто займатися відкритою і вільною конкуренцією, без обману і шахрайства»;

- політичний підхід, який базуються на тому, що підприємства здатні певним чином впливати на суспільство, через що вони повинні відповідально використовувати цю здатність. При цьому під соціальною силою розуміють здатність впливати на результати важливих суспільних процесів з метою вирішення суспільних проблем незалежно від політичних інститутів. Найбільш відомою є концепція «корпоративного громадянства», яка зародилася на початку XXI ст. Згідно даної концепції роль підприємства може бути розглянута у вузькому та широкому значенні. У вузькому значенні роль підприємства зводиться до філантропії, соціальних інвестицій та певних загально визнаних обов'язків перед місцевою громадою. У широкому розумінні – підприємство повинно відповідати за ті сфери, в яких держава не здатна захистити своїх громадян;

- соціальний підхід, згідно якого підприємство має зосереджувати свою діяльність на визначенні соціальних вимог суспільства та відповіді на них, сприяючи тим самим посиленню своїх позицій. У 1970-х роках концепція корпоративної соціальної відповідальності дещо змінює свою спрямованість від позиції «що є добрим для суспільства», до визначення «що суспільство вимагає від бізнесу». З огляду на це діяльність будь-якого підприємства у сфері корпоративної соціальної відповідальності повинна визначатися очікуваннями, які суспільство покладає на нього. При цьому деякі автори розрізняють вимоги щодо скорочення негативного впливу та вимоги щодо посилення позитивного впливу підприємства на суспільство;

- етичний підхід, головною особливістю якого є те, що в основі лежить ідея морально-етичного обов'язку бізнесу та окремих менеджерів перед суспільством.

Серед найчастіше згадуваних переваг впровадження програм

корпоративної соціальної відповідальності є:

- покращення ефективності процесів – під час впровадження програм корпоративної соціальної відповідальності компанії виявляють приховані важелі підвищення ефективності, які інакше просто не можливо було побачити. Це особливо стосується технологічних процесів. Наприклад, якщо цілеспрямовано не шукати способів зменшення викидів, технології можуть змінюватись дуже повільно;

- підвищення мотивації та продуктивності працівників – оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників. Психологічні фактори мотивації до роботи є дуже важливими для будь-якої організації;

- зростання вартості нематеріальних активів – підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії, зменшення ризиків від можливої втрати ринків, покращений доступ до нових ринків завдяки кращій репутації, – впровадження активної політики у сфері корпоративної соціальної відповідальності становить реальну вигоду для компаній, якщо стратегія комунікації корпоративної соціальної відповідальності підтверджена реальними кроками компанії.

Ці фактори додають до конкурентоспроможності компанії, хоча дехто може ставити це під сумнів. Зрозуміло, що корпоративної соціальної відповідальності певним чином вивільняє поле для діяльності конкурентам, які не займають активної соціальної позиції, і прийняття деяких рішень у рамках корпоративної соціальної відповідальності потребує неабиякої сили волі й лідерства від керівництва компанії.

Серед основних напрямків корпоративної соціальної відповідальності у стандарті ISO 26000:2010 «Керівництво

з соціальної відповідальності» виокремлені: організаційне управління; права людини; трудові практики; навколишнє середовище; сумлінні ділові практики; проблеми, пов'язані із споживачами, участь в житті спільнот та їх розвиток.

Реформування залізничного транспорту на засадах корпоративної соціальної відповідальності є актуальним для міжнародного ринку транспортних послуг. Найбільш перспективним з точки зору прибутковості та рентабельності є впровадження Європейської моделі соціальної відповідальності.

Корпоративна соціальна відповідальність українських залізниць – це добровільний внесок компанії у розвиток держави, суспільства, бізнесу в економічній, соціальній, екологічній сферах, який безпосередньо пов'язаний із господарською діяльністю усіх підприємств залізничного транспорту.

Основними напрямками впровадження соціальної відповідальності ПАТ «Українська залізниця» є зокрема такі:

- забезпечення «сталості мобільності»
- зниження викидів в атмосферу;
- зменшення впливу на навколишнє середовище за рахунок використання для тяги поїздів електроенергії, що виробляється з використанням відновлюваних джерел енергії (води і вітру);
- надання можливості пасажирам певною мірою брати участь в компенсації шкоди довкіллю, що завдається їх поїздами.

Серед переваг впровадження принципів соціальної відповідальності є зокрема такі:

- виявлення прихованих важелів підвищення ефективності господарської діяльності, особливо це стосується технологічних процесів;
- підвищення мотивації та продуктивності працівників;
- зростання вартості

нематеріальних активів.

Системні зміни в економіці і в галузі негативно вплинули на стан соціальної відповідальності на залізничному транспорті. Це проявляється у недоотриманні державою податків, зниженні якості обслуговування клієнтів (безпека, ціна, комфортність), у погіршенні соціальної підтримки працівників галузі та задовільному стані якості їх трудового життя, задоволеності потреб. І у перспективі ситуація може погіршитись, адже основний документ, що регулює соціальні зобов'язання між працівниками та підприємством – колективний договір, проект якого представлений керівництвом ПАТ «Українська залізниця», суперечить принципам соціальної відповідальності.

Гострими проблемами сфери залізничних перевезень в Україні стали:

- відсутність науково обґрунтованої концепції соціальної політики та місця і ролі в ній соціальної відповідальності як інституту сучасного демократичного управління великим бізнесом;
- несформованість чіткого взаємозв'язку і взаємозумовленості між баченням конкурентних переваг Укрзалізниці і можливостями соціальної відповідальності як концептуальної тези всієї бізнес-стратегії;
- відсутність системності в питаннях соціальної відповідальності залізниці як галузі та монополіста перед суспільством, регіональними спільнотами, контрагентами, своїми працівниками, тобто різноманітними групами стейкхолдерів;
- відсутність взаємозв'язку між формованою ціновою політикою (тарифною) і розумінням соціальної відповідальності як такої.

Неврахування очікувань суспільства щодо соціальної відповідальності найбільшого монополіста українського ринку. В результаті формується системне нерозуміння унікальних можливостей Укрзалізниці як

ключового фактору довгострокової стратегії успіху України в сучасному глобалізованому логістичному просторі.

Соціальній відповідальності на Укрзалізниці сьогодні приділяється особлива увага. Йдеться про визначення і характеристику тих причин, які є важливими і формують стратегічне розуміння перспектив розвитку залізничного транспорту. Це такі групи причин:

- внутрішньокорпоративні. Зростання і стрімкі зміни впливу корпорації – Укрзалізниці; зростання соціальної та громадянської активності персоналу; формування і розвиток нових стандартів корпоративної культури і місця в ній соціальної відповідальності; зростання професіоналізму персоналу та ін.;

- зовнішні причини. Наростання процесів глобалізації та інтернаціоналізації у господарському середовищі; впливання українського транспортного ринку у світове ринкове середовище і, в першу чергу, в європейську транспортну систему; загострення конкуренції на транспортному ринку України; війни за персонал у рамках національного ринку праці; зростання ролі і значення нематеріальних активів в економічному статусі підприємств – ділової репутації, іміджу, брендових технологій; скорочення впливу держави на діяльність монополій і великого бізнесу; процеси соціалізації в державному та галузевому управлінні; формування інститутів соціальної відповідальності Укрзалізниці.

Висновки даного дослідження і перспективи подальших робіт у цьому напрямку. Таким чином, соціальна відповідальність корпоративізованих структур у транспортній галузі – це сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих підсистем та елементів, у межах якої формуються та реалізуються напрямки соціально та екологічно відповідальної політики, визначаються

можливі ризики структурних перетворень та розкривається її значущість в інтересах особистості та формування соціальної та екологічної свідомості. В такій системі мінімізуються негативні та максимізуються позитивні наслідки екологічної відповідальності. Соціальна відповідальність є складовою іміджу і ділової репутації держави, регіонів, ринкового середовища. Укрзалізниця має ставити перед собою відповідні економічні та соціальні цілі, досягати їх, діагностувати їх виконання і навіть мати незалежний аудиторський висновок з даних питань, а не тільки ставити перед собою цілі на рівні підтвердження монопольного статусу – прибутковості і капіталізації.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дикань, В.Л. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту: монографія / В.Л. Дикань, В.О. Зубенко. – Х.: УкрДАЗТ, 2008. – 194 с.
2. Економіка і організація інноваційної діяльності на залізничному транспорті: навч. посібник / В.Л. Дикань, О.Г. Кірдіна, І.Л. Назаренко, Ю.М. Уткіна; за ред. В.Л. Диканя. – Харків: УкрДАЗТ, 2014. – 314 с.
3. Зубенко, В.О. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності на підприємствах залізничного транспорту / В.О. Зубенко, Л.Ю. Коник // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2015. – №49. – С. 177-180.
4. Калініченко, Л.Л. Вирішення інвестиційної проблеми інноваційного розвитку підприємств залізничного транспорту / Л.Л. Калініченко // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2008. – Випуск 236, Т.2. – С. 222-227.
5. Кірдіна, О.Г. Пріоритетність інвестиційно-інноваційних проектів на залізничному транспорті [Електронний

- ресурс] / О.Г. Кірдіна // Ефективна економіка: електронне наукове фахове видання. – 2011. – №2. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=467>
6. Дикань, В.Л. Модель інноваційного конгломерату, як інструменту забезпечення конкурентоспроможності національної мережі МТК / В.Л. Дикань, А.В. Толстова // Вісник економіки транспорту і промисловості: Збірник наук. праць – Харків, УкрДАЗТ, 2010. – №31. – С. 13-18.
7. Кірдіна, О.Г. Інтеграційні процеси та задачі інвестиційно-інноваційного розвитку залізничного комплексу / О.Г. Кірдіна // Вісник ХНАУ – 2010. – №11. – С. 189-201.
8. Ільчук, В.П. Інноваційно-інвестиційні системи залізничного транспорту: становлення та розвиток / В.П. Ільчук. – К.: Логос, 2004. – 381 с.