

*Агавердієва Х.Ф.,
викладач кафедри управління персоналом та економіки праці,
Харківський національний економічний університет*

СУТНІСТЬ ТА ПРИНЦИПИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ НЕДЕРЖАВНИХ ПЕНСІЙНИХ ФОНДІВ

Постановка проблеми. Тенденції розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні за останні роки свідчать про суттєве зростання недержавних пенсійних фондів (НПФ) на ринку фінансових послуг. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває формування конкурентних переваг, які дозволять виокремити певний НПФ з безлічі інших та привернути нових учасників. Однією з конкурентних переваг може стати впровадження в діяльність НПФ норм соціальної відповідальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливість дослідження соціальної відповідальності з метою її ефективно організації на сучасних підприємствах підкреслюється більшістю вчених-економістів, серед яких: Андрунакієвич А., Водницька Н., Воробей В., Гончарова С., Назарова Г., Серяков А., Чепульченко Т., Шихвердієв А., Шихвердієв П. Але аналіз сучасного стану соціальної відповідальності недержавних пенсійних фондів, зокрема сутність соціальної відповідальності НПФ і конкурентні переваги, потребує подальшого дослідження.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження сутності соціальної відповідальності недержавних пенсійних фондів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності провів соціальне опитування, яке показало, що «на сьогоднішній день в Україні більшість опитаних оцінюють розвиток соціальної відповідальності у своєму регіоні на рівні «нижче середнього», «низькому» та «дуже низькому» (36,4%, 19,2% та 10,1% відповідно). Лідерами з впровадження практик соціальної відповідальності, за визначенням респондентів, є Донецька, Львівська та Одеська області» [5].

Впровадження соціальної відповідальності у практичну діяльність НПФ дозволить отримати конкурентні переваги [4], які наведені на рис. 1.

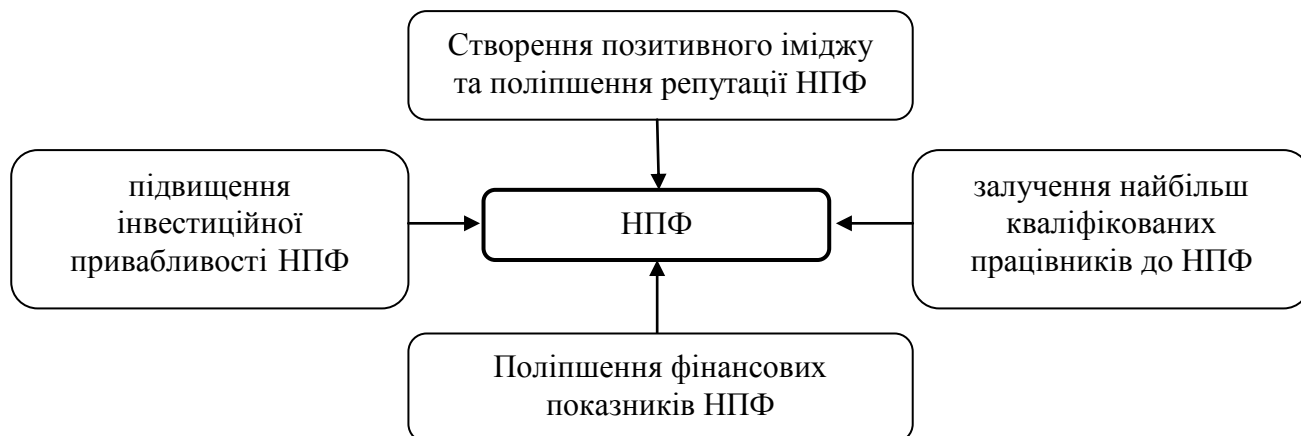


Рис. 1. Конкурентні переваги НПФ при впровадженні норм соціальної відповідальності

В першу чергу слід зупинитися на суті поняття «соціальна відповідальність».

Стандарт ISO 26000, що дає рекомендації з організації реалізації соціальної відповідальності (SR), під соціальною відповідальністю бізнесу розуміє «відповідальність організації за вплив своїх рішень та діяльності (а саме: продукцію і послуги) на суспільство і навколишнє середовище, що реалізується через прозору і етичну поведінку, відповідає сталому розвитку та добробуту суспільству, враховує очікування зацікавлених сторін, поширена в усій організації і не суперечить відповідному законодавству і міжнародним нормам поведінки» [7].

Можна також зустріти наступне визначення соціальної відповідальності підприємства: «соціальна відповідальність підприємства – це концепція, відповідно до якої організації враховують інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив їх діяльності на різних стейкхолдерів (замовників, постачальників, працівників, акціонерів, місцевих співтовариств, на навколишнє середовище і інших)». [2]. Це зобов'язання виходить за рамки встановленого законом зобов'язання дотримувати законодавство і припускає, що організації добровільно приймають додаткові заходи для підвищення якості

життя працівників і їх сімей, а також місцевого співтовариства і суспільства в цілому.

В. Воробей дає наступне визначення соціальної відповідальності компаній: «...це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство» [3]. В наведеному визначенні соціальна відповідальність звужується лише до впливу на суспільство, при цьому інтереси інших стейкхолдерів не розглядаються.

Обстеження, проведене Асоціацією менеджерів в 2004 році, показало, що в розумінні менеджерів і населення корпоративна соціальна відповідальність має вигляд, представлений на рис. 2.

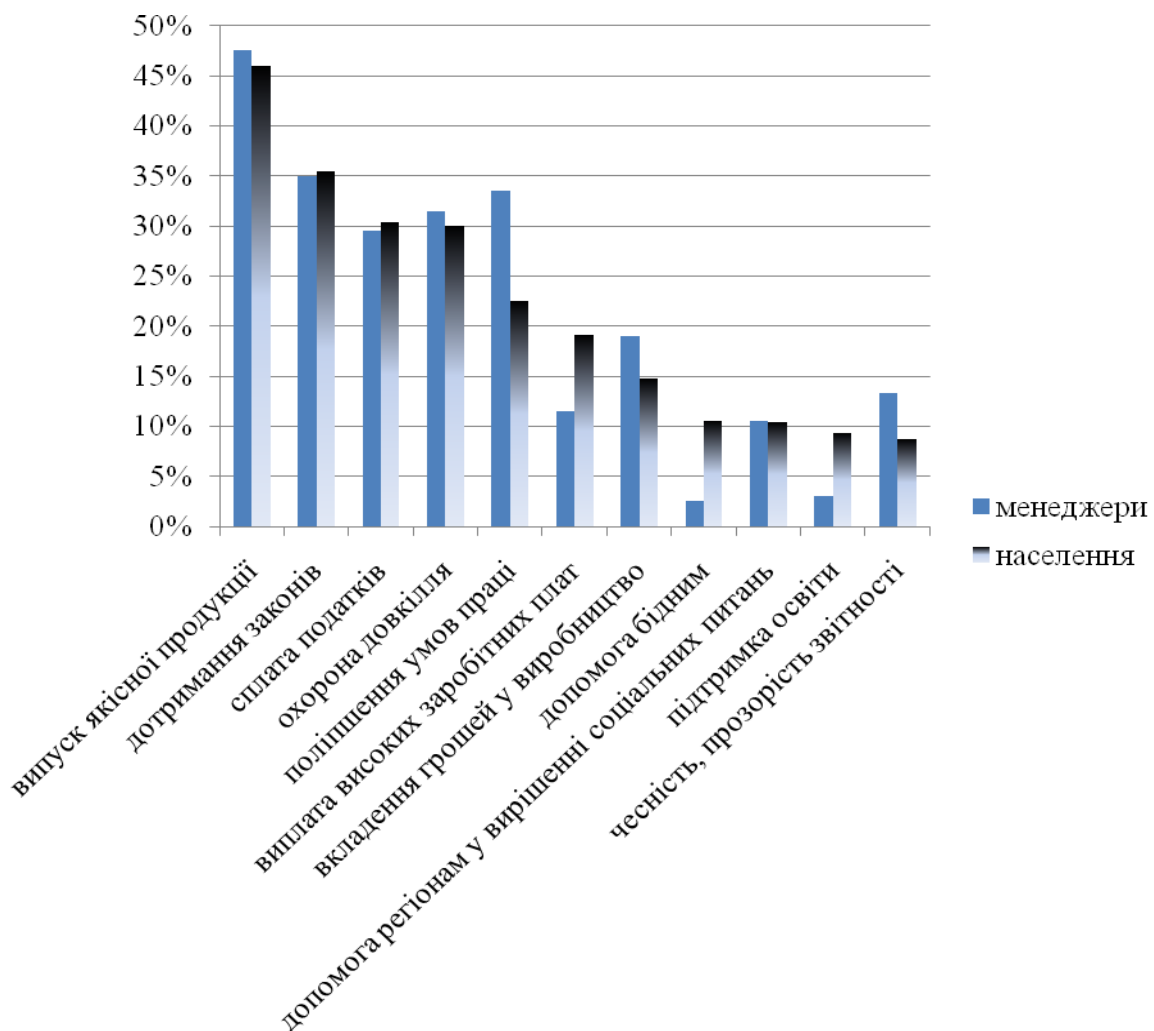


Рис. 2. Корпоративна соціальна відповідальність в представленнях менеджерів і населення

Таким чином, в розумінні менеджерів і населення корпоративна соціальна відповідальність ототожнюється, в основному, з корпоративною етикою і внутрішньою соціальною політикою. Для менеджерів важливішим є поліпшення умов праці та вкладення в розвиток виробництва, для населення – заробітна плата [1; 8].

Опитування журналістів показало, що частина з них вважає, що соціальна відповідальність бізнесу – це чергова хитрість влади, яка намагається змусити бізнес брати на себе частину соціальних турбот. Вони вважають, що слід дати можливість бізнесу розвиватися за законами ринку, а державі – перерозподіляти кошти через податки до соціальних бюджетів, особливо на підтримку непрацевдатних. Інша частина журналістів вважає корпоративну соціальну відповідальність однією з можливих стратегій розвитку. Аргументи на користь цього підходу висувуються наступні: компанії платять своїм співробітникам низькі заробітні плати, приховуючи решту в «конвертах» і позбавляючи державу податкових надходжень, а своїх працівників – соціального забезпечення в старості. В країні немає інститутів, що виражають інтереси найманих працівників. Бізнес нехтує екологічними витратами, не розширює і не оновлює виробничі потужності, витягає прибуток з того, що створено попередніми поколіннями. Тому бізнес повинен сам відчувати відповідальність за країну та її розвиток, «ділитися» з населенням на користь спільного майбутнього.

Ще один цікавий висновок дослідження – це одностайна думка більшості усіх соціальних груп респондентів про те, що найбільшу корпоративну соціальну відповідальність проявляють великі компанії, а найменшу – малий бізнес. Це є цілком зрозумілим. Адже малий бізнес задушений податками, адміністративними поборами, ледве виживає, тому розвинений вкрай недостатньо і не має необхідної фінансової бази навіть для власного розвитку [1; 8].

При будь-якому ставленні до корпоративної соціальної відповідальності слід зазначити, що її розвиток створює сприятливіші умови для поліпшення

соціального клімату в суспільстві та служить справі підвищення якості життя населення.

Проведене дослідження різноманітних визначень дозволяє зробити висновок, що вони не суперечать одне одному, а лише доповнюють.

Т. О. Чепульченко, дослідивши різноманітні визначення соціальної відповідальності, зазначає, що «майже усі автори, що вивчали соціальну відповідальність, цілком справедливо, визнають методологічною основою вироблення поняття відповідальності аналіз співвідношення категорій свободи і необхідності. Відповідальність завжди і нерозривно пов'язана з необхідністю дотримання приписів, правил поведінки, підкорення, узгодження своєї поведінки з об'єктивними законами природи та суспільства. Якщо немає необхідності у дотриманні яких-небудь норм, приписів, то немає і відповідальності» [9].

Отже, автор даного дослідження пропонує зупинитися на наступному визначенні: соціальна відповідальність організації – це добровільні соціальні зобов'язання, які визнаються такими суспільством та які бере на себе власник або уповноважений ним орган з метою задоволення соціальних інтересів персоналу та всіх зацікавлених сторін в межах економічної доцільності [2, с. 56].

Принципи соціальної відповідальності НПФ визначають основні положення, що виражають природу і суть організації і діяльності з реалізації соціальної відповідальності в НПФ. Принципи соціальної відповідальності формуються за рахунок очікувань стейкхолдерів, оскільки вони зацікавлені в урахуванні своїх інтересів в процесі діяльності НПФ. Саме тому потрібне вивчення існуючих і розробка нових принципів діяльності НПФ у рамках соціальної відповідальності.

Відповідно до одного з підходів рекомендується виділення чотирьох груп принципів [6]: перша група принципів – відкритість, друга – системність, третя – значущість, четверта – недопущення конфліктів.

Таким чином, соціально відповідальний НПФ дотримується принципів, наведених на рис. 3 [6].

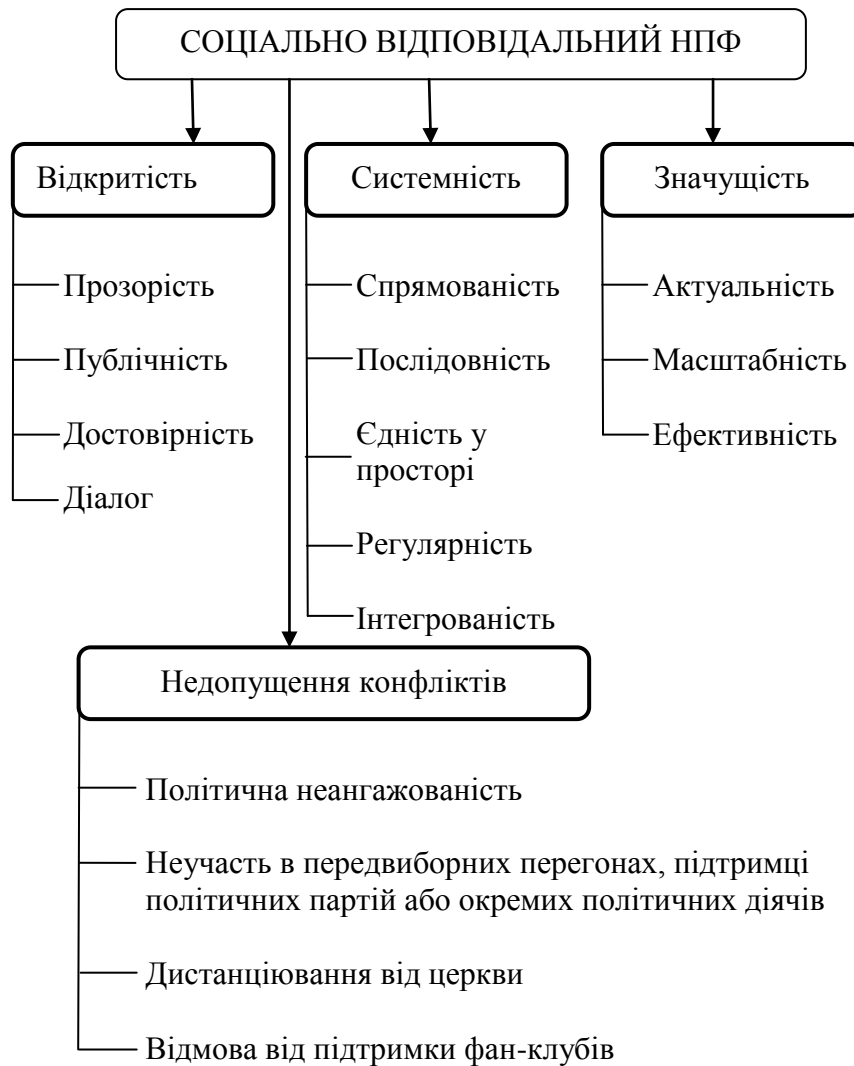


Рис. 3. Принципи соціально відповідального НПФ

Таким чином, при розгляді проблеми соціальної відповідальності НПФ в загальному вигляді зводяться до наступного: НПФ дуже активно й відкрито повинен діяти в таких сферах, як охорона місця існування, охорона здоров'я, захист прав громадян і споживачів. Тобто частину своїх прибутків повинен обертати на благо суспільства, і робити це відкрито, системно, масштабно, в актуальних напрямках і без пріоритетів в сфері політики і релігії. Соціальна активність НПФ виражається в проведенні різноманітних соціальних програм як внутрішньої, так і зовнішньої спрямованості. Відмінними особливостями

програм соціальної активності є добровільність їх проведення, системний характер і пов'язаність з місією і стратегією розвитку НПФ [6].

Отже, НПФ має право називати себе соціально відповідальним, а це означає, що НПФ діє за принципами соціальної відповідальності та здійснює комплекс соціальних програм в пріоритетних для нього напрямках.

Важливим аспектом в при визначенні сутності соціальної відповідальності НПФ є виділення стейкхолдерів, оскільки без цього не можна сформулювати основні вектори політики соціально відповідального НПФ. Також визначення стейкхолдерів необхідне для виділення індивідуальних домінуючих для кожної групи інтересів, які дозволяють більш обґрунтовано розробляти і впроваджувати соціальну відповідальність [10].

Можна виділити декілька різних зацікавлених груп, які мають інтерес до діяльності НПФ, а саме: страхові організації, які уклали договори страхування довічної пенсії, страхування ризику настання інвалідності або смерті; банківські установи, які уклали договори про відкриття пенсійних депозитних рахунків; вкладники та учасники пенсійних фондів; вкладники пенсійних депозитних рахунків; фізичні та юридичні особи, які уклали договори страхування довічної пенсії, страхування ризику настання інвалідності або смерті; засновники пенсійних фондів; роботодавці – платники корпоративних пенсійних фондів; саморегулюючі організації суб'єктів, які надають послуги у сфері недержавного пенсійного забезпечення; органи державного нагляду і контролю у сфері недержавного пенсійного забезпечення; адміністратори пенсійних фондів; компанії з управління активами; зберігачі; аудитори; особи, які надають консультаційні та агентські послуги відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення».

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дозволяє виокремити наступні напрямки формування соціальної відповідальності НПФ:

- 1) формування позитивного іміджу НПФ;
- 2) покращення взаємовідносин із громадськістю та місцевою владою;
- 3) наймання та утримання кращих працівників;

4) підвищення рівня організаційної культури НПФ.

Таким чином, в проведеному дослідженні автором обґрунтовано визначення економічної категорії соціальна відповідальність; наведені конкурентні переваги НПФ при впровадженні норм соціальної відповідальності; запропоновано авторське визначення поняття «соціальна відповідальність»; виділені принципи соціально відповідального НПФ, на яких заснована взаємодія стейкхолдерів НПФ.

Бібліографічний список

1. Андрунакиевич А. Н. Социальная ответственность бизнеса: теория и российская практика / А. Н. Андрунакиевич // Государственное управление. Электронный вестник. – 2008. – Июнь. – Вып. 15 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/> – Корпоративная социальная ответственность

2. Вільна енциклопедія «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/> – Соціальна відповідальність підприємства.

3. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. – № 10. – С. 19-29.

4. Назарова Г. В. Управління соціально-трудовою сферою підприємства : [монографія] / Назарова Г. В., Гончарова С. Ю., Водницька Н. В. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Назарової Г. В. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 324 с.

5. Новий міжнародний стандарт із соціальної відповідальності ISO 26000 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bcdst.kiev.ua/>

6. Принципы Корпоративной социальной ответственности [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/> – Корпоративная социальная ответственность

7. Проект стандарту ISO 26000 (рекомендації з організації реалізації соціальної відповідальності (SR)) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.dssu.gov.ua/> (Держспоживстандарт України)

8. Различные подходы к пониманию сущности корпоративной социальной ответственности и ее роли в решении социальных проблем современной России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/> – Корпоративная социальная ответственность

9. Чепульченко Т. О. Соціальна відповідальність: поняття та сутність / Т. О. Чепульченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuiv.gov.ua/>

10. Шихвердиев А. П. Социальная ответственность бизнеса как элемент эффективного корпоративного управления / Шихвердиев А. П., Серяков А. В., Шихвердиев П. А. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.csrjournal.com/>

Анотація

Проаналізовано сучасний стан соціальної відповідальності. Визначені конкурентні переваги недержавних пенсійних фондів (НПФ) при впровадженні норм соціальної відповідальності; сутність поняття «соціальна відповідальність»; принципи соціально відповідального НПФ; виділені основні стейкхолдери соціально відповідального НПФ.

Ключові слова: *НПФ, корпоративна соціальна відповідальність, стейкхолдери, принципи, конкурентні переваги.*

Аннотация

Проанализировано современное состояние социальной ответственности. Определены конкурентные преимущества негосударственных пенсионных фондов (НПФ) при внедрении норм социальной ответственности; сущность понятия «социальная ответственность»; принципы социально ответственного НПФ; выделены основные стейкхолдеры социально ответственного НПФ.

Ключевые слова: *НПФ, корпоративная социальная ответственность, стейкхолдеры, принципы, конкурентные преимущества.*

Annotation

Analysed by revealed the current state of social responsibility. Defined the competitive advantages of private pension funds (PPF) in the implementation of the norms of social responsibility, the essence of the concept of "social responsibility" and the principles of socially responsible PPF, identified the main stakeholders of socially responsible pension fund.

Key words: *Pension funds, corporate social responsibility, stakeholders, principles and competitive advantage.*