

УКРАЇНСЬКІ РЕАЛІЇ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

UKRAINIAN REALITIES OF FORMATION SOCIALLY RESPONSIBLE ACTIVITIES OF ENTERPRISES

У статті розглянуто сутність поняття соціально відповідальної діяльності підприємств. Досліджено умови формування соціально відповідальної поведінки підприємств у країнах ЄС. Розглянуто приклади компаній з високим рівнем соціальної відповідальності. Проаналізовано чинники, що гальмують процес розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Визначено ключові фактори підтримки розвитку соціально відповідального українського бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, економічна відповідальність, екологічна відповідальність, соціальна відповідальність, соціальні програми.

В статті рассмотрена сущность понятия социально ответственной деятельности предприятий. Исследованы условия формирования социально ответственного поведения предприятий в странах ЕС. Рассмотрены примеры компаний с высоким уровнем социальной ответственности. Проанализированы факторы, которые тор-

мосят процесс развития корпоративной социальной ответственности в Украине. Определены ключевые факторы поддержки развития социально ответственного украинского бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, экономическая ответственность, экологическая ответственность, социальная ответственность, социальные программы.

The essence of the socially responsible business activities concept is considered in the article. Conditions of formation of socially responsible enterprises behavior in the EU. The examples of companies are considered with the high level of social responsibility. Investigated factors hindering the development of corporate social responsibility in Ukraine. Analyzed key factors supporting the development of socially responsible Ukrainian business are defined.

Key words: social responsibility of business, economic responsibility, ecological responsibility, social responsibility, social programs.

УДК: 658(477)

Григор'єва О.В.

к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки
підприємства та управління персоналом
Полтавський національний технічний
університет імені Юрія Кондратюка
Лавріненко І.О.
студент
Полтавський національний технічний
університет імені Юрія Кондратюка

Постановка проблеми. Перехід України на рейки сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасних практик взаємодії держави та бізнесу, а також бізнесу і суспільства, які б дозволили посилити взаємну відповідальність усіх учасників громадського життя, створити умови для подальшого стабільного розвитку держави і суспільства, заснованого на врахуванні якомога ширшого кола інтересів. На сьогодні у найбільш економічно розвинених державах світу поширення набула концепція корпоративної соціальної відповідальності або соціальної відповідальності бізнесу, що розуміється, як «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та у їх взаємодію із заінтересованими сторонами на добровільній основі». Отже, корпоративна соціальна відповідальність є добровільною діяльністю компаній приватного та державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо з метою вирівнювання існуючих економічних і соціальних диспропорцій, створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством та державою.

Нині соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятим правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих компаній в усьому світі. Проте, корпоративна соціальна відповідальність в Україні знаходиться на стадії

свого становлення. Найактивнішими у цій сфері є насамперед представництва іноземних компаній, які переносять на українське підґрунтя сучасні світові практики, принципи і стандарти, а також найбільші українські підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Першими дослідниками, які сформуливали наукове підґрунтя концепції соціальної відповідальності бізнесу були американські вчені А. Керолл, Е. Фрімен, Д. Пост, С. Сакс, Ф. Котлер. Ґрунтовні дослідження з питань формування соціальної відповідальності бізнесу здійснювали такі вітчизняні вчені, як: Колот А.М., Грішнова О.А., Коник Д.Л., Олійник М.В., Привалов Ю.О. та інші. Проте, сучасні реалії сьогодення вимагають проведення постійних досліджень з питань формування соціально відповідальної поведінки підприємств в Україні з урахуванням нових економічних, екологічних та соціальних вимог.

Постановка завдання. Вирішення нагальних проблем поширення соціально відповідальної діяльності підприємств ставить завдання дослідження основних чинників, що створюють умови прискорення цього процесу та дозволять знизити негативний вплив факторів, які цей процес уповільнюють.

Виклад основного матеріалу дослідження. Орієнтованість України на асоціацію з Європейським Союзом тягне за собою відповідність норм та стандартів нашої держави до стандартів країн ЄС. Одним зі шляхів досягнення цього є покращення соціальної політики держави, що передбачає в першу чергу соціально відповідальну діяльність підприємств.

Соціально відповідальна діяльність – це відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у тому числі покращенню здоров'я і зростанню добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

За визначенням Єврокомісії, соціальна відповідальність бізнесу – «концепція, згідно з якою компанії інтегрують соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та взаємодію із зацікавленими сторонами на добровільній основі».

З огляду на надзвичайну суспільну та економічну користь, що містить у собі соціальна відповідальність бізнесу, питання її розвитку належать до сфери особливої уваги органів державної влади багатьох країн світу та провідних міжнародних організацій. Виявом цієї уваги є розроблення стандартів соціально відповідального бізнесу і заходів зі стимулювання бізнесу до соціально відповідальної діяльності.

У більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання соціально відповідального бізнесу. Завдяки цим програмам держава визначає бажану поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності тощо.

Основними характеристиками соціально відповідального бізнесу є добровільність; інтегрованість у бізнес-стратегію організації, компанії; системність; користь для всіх зацікавлених сторін: співробітників, споживачів, акціонерів, громади тощо, а також для самого підприємства; внесок у процес сталого розвитку. Соціальна відповідальність не обмежується благодійністю.

Соціальна відповідальність бізнесу містить у собі процедури і практики компаній з семи наступних аспектів діяльності:

- 1) організаційне управління;
- 2) права людини;
- 3) трудові відносини;
- 4) етична операційна діяльність;
- 5) захист навколишнього середовища;
- 6) захист прав споживачів;
- 7) розвиток місцевих громад і співпраця з ними [2].

Основною базою Європейської соціальної відповідальності бізнесу є державний меркантилізм. Тобто, держава зацікавлена у благополучному і стабільному суспільстві, а оскільки суспільство у більшості своїй – найманні робітники, то і соці-

альна відповідальність компаній набирає форми відповідальності перед працівниками.

Сучасна модель соціально відповідальної діяльності реалізується компаніями через відповідні соціальні проекти і програми, які за своїм змістом можна розподілити на дві великі групи:

– програми, спрямовані у зовнішнє середовище підприємства, в яких безпосереднім адресатом не є персонал компанії.

– програми, спрямовані на розвиток внутрішнього середовища підприємства, соціальну підтримку власного персоналу, працівників.

У багатьох європейських країнах законодавчо регламентується діяльність з охорони навколишнього середовища, врегульоване пенсійне забезпечення, встановлене обов'язкове медичне страхування. Деякі країни ЄС ввели інноваційні норми законодавчого регулювання СВ та зобов'язали інформувати суспільство щодо дотримання певних етичних стандартів. Так, наприклад, у Бельгії «Закон про професійну пенсію» вимагає від керівників пенсійних фондів висвітлювати у щорічних звітах етичні аспекти соціальних критеріїв і/або критерії охорони навколишнього середовища, що використовуються для оцінки інвестиційної привабливості проектів.

У різних країнах Європи встановлено різні пріоритети і цінності, які визначають, як саме працює бізнес. Тому європейську модель соціальної відповідальності дослідники поділяють на три різновиди. Перший вид моделі європейської соціальної відповідальності, які поширюються на такі країни, як: Австрія, Німеччина, Франція, характеризується втручанням держави в соціально-трудова відносини за автономії підприємців та профспілок; другий вид, поширений на такі країни, як: Бельгія, Норвегія, Швеція характеризується активною участю держави у регулюванні соціально-трудова відносин на всіх трьох рівнях, третя модель, характерна для Великобританії та Ірландії, поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей соціальної відповідальності бізнесу, що пояснюється не в останню чергу єдністю правових систем з одного боку та розташуванням країн з іншого [1].

Соціальна відповідальність включає такий контекст діяльності підприємства: етичний, екологічний, соціальний та правовий.

У країнах світу використовуються різні критерії, які дають змогу визначити соціально відповідальні компанії: добросовісна сплата податків; виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавства; виробництво та реалізація якісної продукції; реалізація корпоративних програм з підвищення кваліфікації, охорони здоров'я, морального стимулювання працівників; реалізація благодійних і спонсорських проектів; захист екології.

На сьогодні, в Україні підприємства не зацікавлені у розвитку соціально відповідальної діяльності та сприймають свою роль більш вузько, ніж зарубіжні

компанії. Свою відповідальність вони сприймають, суто як сплату податків, виконання встановлених законами зобов'язань перед державою та найманими працівниками. Добročинність має місце у діяльності деяких підприємств та організацій, але її не можна назвати масштабним явищем. Найпоширенішим напрямом соціальної відповідальності для українських підприємств є трудові практики – більшість українських підприємств здійснюють різноманітні соціально відповідальні заходи для власного персоналу.

Для розвитку соціальної відповідальності в Україні заважають декілька проблем, вирішення яких має стати пріоритетною метою політики розвитку соціальної відповідальності в державі:

- відсутність будь-яких методів регуляторного заохочення соціально відповідальних компаній;
- недосконалість правової та податкової політики;
- недосконалість системи інформування населення, щодо соціальних стандартів;
- неповнота інформованості фірм щодо переваг соціальної відповідальності.

До тих пір, поки суспільство не розробить прямого звітування підприємств, останні не будуть брати активну участь у соціальних діях, за які не вбачатимуть своєї відповідальності. Існує проблема нестачі вміння вирішувати проблеми соціального характеру. Дуже корисним було б залучення закордонного досвіду, що відповідає з українськими реаліями. Однак, це надзвичайно важке завдання через несхожість історичного і культурного розвитку.

На соціальну відповідальність в Україні впливають різні фактори, які є причиною не розвинутої соціальної сфери. Це насамперед іноземні інвестиції, неефективна система соціального захисту, важкий регуляторний тягар, відсутність інституційної підтримки, порушення в трудовому законодавстві, високий рівень безробіття, незахищений ринок праці, низька зайнятість жінок на ринку праці.

Для України одним із основних чинників формування соціальної відповідальності бізнесу та підвищення його ефективності є орієнтація на міжнародний досвід.

Концепція соціальної відповідальності корпорацій розроблялася й удосконалювалася економістами Європи й США протягом усього минулого століття й отримала свою завершену форму тільки в кінці 70-х рр. Факт того, що на розробку основ соціальної політики пішло багато часу, вказує на серйозність проблеми розвитку цієї сфери.

Концепція соціальної відповідальності корпорацій активно підтримувалася президентами й менеджерами компаній «American Electric», «IBM». Основним її теоретичним положенням було розширене тлумачення поняття прибутку, яке зводилося не тільки до економічного, але й соціального позитивного ефекту.

Дослідженнями агентства «Walker Information» виявилось, що зростання престижу діяльності компанії на пряму залежить від здійснення соціальних обов'язків. Збільшення соціального потенціалу компанії на 1% підвищує її соціальний престиж на 0,55%, у той час, як зростання економічного потенціалу поліпшує економічну цінність на 0,32%. Зафіксовано безпосередній вплив соціальної діяльності компанії на фінансові показники [3].

Беручи досвід високо розвинених країн, у першу чергу країн ЄС, Україна має запроваджувати такі підходи до розвитку соціально відповідальної діяльності вітчизняних підприємств: збільшення доходності підприємства має бути умовою зростання добробуту її працівників, прибуток не може створюватися за рахунок обмеження матеріальних інтересів людей, погіршення умов праці. З боку держави повинні бути створені максимально сприятливі умови для реалізації цих заходів. Відповідальність держави та бізнесу повинна визначатися законодавством.

Позитивними сторонами, які отримує бізнес та суспільство від запровадження реформ та підвищення рівня соціальної відповідальності, є наступне:

- забезпечення суспільної репутації організацій;
- зростання довіри населення до діяльності компаній та її товарів (послуг);
- розвиток кадрового потенціалу на підприємстві;
- відповідність нормам та стандартам світової економічної спільноти;
- удосконалення та розвиток соціальної захищеності населення;
- можливість залучення інвестицій у певні суспільні сфери;
- підтримка громадських ініціатив, розвиток соціальної і творчої активності населення

Висновки з проведеного дослідження. Головною перешкодою у здійсненні програм або заходів із соціальної відповідальності для українських підприємств є брак коштів, податковий тиск та недосконалість нормативно-правової бази щодо сприяння реалізації соціальної відповідальності. У країнах, де держава активно підтримує та регулює всі процеси соціальної відповідальності, дана сфера діяльності набуває статусу життєздатного інституту. Розглянутий досвід зарубіжних країн у сфері регулювання соціально відповідальної діяльності дає змогу виокремити інструменти, які доцільно буде запровадити у вітчизняній практиці. Для кращого ефекту потрібно дослідити широке коло провідних країн світу для вивчення кращого досвіду державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Волинець У. Моделі соціальної відповідальності / У. Волинець // Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер.: Економіка АПК. – 2013. – № 20(1). – С. 117–122.

2. Градюк Н. Сучасні моделі соціальної відповідальності підприємств /Н.М. Градюк // Materialy VII Mezinarodni vedecko-prakticka konference «Nastoleni moderni vedy – 2011». – Dil 3. Economicke vedy. – Praha: PH «Education and Science». – 2011. – P. 24–26.

3. Левін П. Іноземний досвід розвитку соціально відповідального бізнесу та його використання в Укра-

їні /П. Б. Левін //Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. – 2009. – Вип.15. – с. 128–131.

4. Колот А. Корпоративна соціальна відповідальність: еволюція та розвиток теоретичних поглядів /А.М. Колот //Економічна теорія. – 2013. – № 4. – с. 5–26.

REFERENCES:

1. Volynets U. Modeli sotsialnoi vidpovidalnosti / U. Volynets // Visnyk Lvivskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu. Ser.: Ekonomika APK . – 2013. – # 20(1). – S. 117-122.

2. Hradiuk N. Suchasni modeli sotsialnoi vidpovidalnosti pidpriemstv /N.M. Hradiuk // Materialy VII Mezinarodni vedecko-prakticka konference “Nastoleni moderni vedy – 2011”. – Dil 3. Economicke vedy. – Praha: PH “Education and Science”, 2011. – P. 24-26.

3. Levin P. Inozemnyi dosvid rozvytku sotsialno vidpovidalnoho biznesu ta yoho vykorystannia v Ukraini /P. B. Levin //Naukovi pratsi Kirovohradskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky. – 2009. – Vyp.15. – S. 128-131.

4. Kolot A. Korporatyvna sotsialna vidpovidalnist: evoliutsiia ta rozvytok teoretychnykh pohliadiv / A.M. Kolot //Ekonomichna teoriia. – 2013. – #4. – S. 5-26.