

УДК 316.66:323.326(477)

Мельничук Л.С.  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри економіки підприємства  
Чорноморського державного університету імені Петра Могили

## ХАРАКТЕРИСТИКА ТА СУЧАСНИЙ СТАН СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

### CHARACTERISTICS AND PRESENT STATE OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE

#### АНОТАЦІЯ

У статті розглядаються роль соціальної відповідальності бізнесу, основні компоненти зовнішньої та внутрішньої соціальної відповідальності, а також вивчаються форми прояву соціальної відповідальності підприємств, вигоди від неї для суспільства і для самого підприємства.

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, соціальний капітал, мотивація праці, конкурентоспроможність, громадянське суспільство.

#### АННОТАЦИЯ

В статье рассматриваются роль социальной ответственности бизнеса, основные компоненты внешней и внутренней социальной ответственности, а также изучаются формы проявления социальной ответственности предприятий, выгоды от нее для общества и для самого предприятия.

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, социальный капитал, мотивация труда, конкурентоспособность, гражданское общество.

#### ANNOTATION

The article examines the role of corporate social responsibility, the main components of internal and external social responsibility and studied forms of social responsibility of enterprises, benefit from it for society and for the company.

**Keywords:** corporate social responsibility, social capital, motivation, competitiveness, civil society.

**Постановка проблеми.** Сучасна епоха характеризується суттєвими змінами як у світовій, так і в українській економіці. Проблеми сталого розвитку національної економіки, набули особливо гострий характер. Розвиток національного бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему, посилення конкуренції ставить перед вітчизняними компаніями багато нових питань, одне з яких – підвищення економічної ефективності підприємств та одночасно вирішення соціальних питань, реального покращення якості життя населення. Концепція соціальної відповідальності бізнесу як ідея сталого розвитку була сформульована у 1992 р. на Всесвітньому саміті в Ріо-де-Жанейро, коли низка транснаціональних компаній, які об'єдналися під назвою Всесвітня ділова рада зі сталого розвитку (World Business Council for Sustainable Development), змогли запропонувати програму саморегулювання. З цього моменту переважає думка, що приватні підприємства за власною ініціативою зобов'язані відігравати істотну роль у досягненні суспільних цілей і вести бізнес з урахуванням інтересів різних зацікавлених сторін (stakeholders), щоб спільно досягати заявленої мети сталого розвитку.

У підсумку для вітчизняних підприємств, саме економічні причини стали провідним фактором висунення соціальної відповідальності бізнесу в ряд найбільш важливих факторів стабільного економічного розвитку України. До того ж світова практика застосування соціальної відповідальності свідчить не тільки про покращення власної репутації, а й про отримання прибутку від збільшення споживчої лояльності. З огляду на зазначене, актуальність даної роботи полягає у зростаючій ролі та застосуванні соціальної відповідальності бізнесу у міжнародному та вітчизняному бізнесі. Українські компанії дедалі активніше оперують на міжнародному ринку, тому застосування даних практик має стати невід'ємною частиною економічної діяльності національних об'єктів господарювання.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Різні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні розглядаються у працях українських науковців: В. Воробєя, Л. Денисюка, І. Дунаєва, Р. Колиско, Р. Краплича, Є.Б. Кубко, О. Лазаренко, Л.Г. Лаптевої, М. Мурашко, Ю. Петрушенка М. Саприкіної, В.В. Сміренського, М. Стародубської та ін.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Питання соціальної відповідальності бізнесу є відносно новим, тому в науковій літературі недостатньо досліджений даного феномен, а також необхідно розглядати його роль і місце в соціальній політиці України.

**Мета статті** – аналіз сутності соціальної відповідальності, визначення ролі соціальної відповідальності бізнесу у реалізації соціальної політики України, розглянути форми прояву соціальної відповідальності підприємств та визначити вигоди від неї для суспільства і для самого підприємства.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Визначення терміна «соціальна відповідальність» ще не є чітко сформульованим. Так, Всесвітня бізнесова рада із сталого розвитку визначає соціальну корпоративну відповідальність як «зобов'язання бізнесу сприяти сталому економічному розвитку, працюючи з найманими працівниками їхніми родинами, місцевою громадою та суспільством загалом з метою покращення якості життя» [1].

Категорією «соціальна відповідальність бізнесу» в Україні почали оперувати з тих пір, як 16 грудня 2005 р. у Києві був підписаний Меморандум про соціальну відповідальність бізнесу в Україні, який визначає принципи і завдання соціально відповідального бізнесу [1; 2].

Ідеї соціальної відповідальності безпосередньо пов'язані з необхідністю забезпечення сталого розвитку, досягнення балансу інтересів між корпоративними, державними і громадськими інтересами. Найбільш простою є соціальна відповідальність, що пов'язана із своєчасною оплатою праці, податків, створення нових робочих місць. Більш високий рівень відповідальності передбачає діяльність, спрямовану на підвищення кваліфікації співробітників, будівництво житла, повноцінний розвиток соціальної сфери. Відповідальність бізнесу може мати юридичну основу за рахунок механізму державного примушення, санкцій, контролю, або економічну, що реалізується в автоматичному режимі як відповідна реакція на імпульси з боку ринку. Соціально-трудова та екологічна складова формується відповідно до вимог закону, діяльністю профспілок, громадських організацій. Щодо соціально-культурного і соціально-гуманітарного компонентів, то їх можна віднести більшою мірою до благої діяльності, як елемент добровільних інституційних ініціатив.

Соціальна відповідальність бізнесу носить багаторівневий характер:

1. Базовий рівень припускає виконання договірних зобов'язань: своєчасна оплата податків, виплата заробітної плати, по можливості – надання нових робочих місць (розширення робочого штату).

2. Другий рівень припускає забезпечення працівників адекватними умовами не тільки роботи, але й життя: підвищення рівня кваліфікації працівників, профілактичне лікування, будівництво житла, розвиток соціальної сфери. Такий тип відповідальності доцільно назвати «корпоративною відповідальністю».

3. Третій, вищий рівень відповідальності передбачає благої діяльність [3, с. 112].

Існує також особистісна соціальна відповідальність, що характеризує здатність людини передбачати результати своєї діяльності і відповідати за неї. Відповідальність соціальної групи, трудової організації, різних соціальних спільнот суспільства залежить від того, наскільки розвинена соціальна відповідальність кожного (без винятку) громадянина, наскільки забезпечені його права і свободи. Для особистості соціальна відповідальність – це ступінь свободи і форма прояву необхідності. Немає свободи вибору, а отже, немає відповідальності за результати дії чи їх відсутність. Без вибору немає відповідальності, а без відповідальності немає свободи. У зв'язку з цим особливої важливості набуває проблема розвитку правової держави, розширення демократії, становлення громадянського суспільства [4].

Необхідно розглядати зовнішній і внутрішній боки соціальної відповідальності бізнесу. Зовнішня (екзогенна) відповідальність виявляється у взаємних зобов'язаннях суспільства (держави) і бізнесу та у взаєминах конкретної бізнес-структури з іншими виробничими організаціями (комерційними і некомерційними). Внутрішня (ендогенна) відповідальність – це відповідальність роботодавців перед працівниками в питаннях дотримання режимів праці та відпочинку, своєчасній виплаті заробітної плати, надання пільг і компенсацій, розподілу прибутку, участі в управлінні тощо, а також відповідальність працівників за вирішення економічних проблем компанії і завдань, які вона зобов'язана виконувати в суспільстві [4; 5].

Виділяючи блоки соціальної відповідальності бізнесу, необхідно детальніше проаналізувати складові кожного з блоків. У таблиці 1 розкрито структуру зовнішньої і внутрішньої соціальної відповідальності.

Завдяки впровадженню програм соціальної відповідальності бізнесу можливо отримати низку переваг перед конкурентами:

Таблиця 1

Структура соціальної відповідальності

Соціальна відповідальність	
Внутрішня	Зовнішня
Безпека праці	Спонсорство і корпоративна добродійність
Стабільність заробітної плати	Сприяння охороні навколишнього середовища
Підтримка соціально значущої заробітної плати	Взаємодія з місцевим співтовариством і місцевою владою
Додаткове медичне і соціальне страхування співробітників	Готовність брати участь у кризових ситуаціях, управління ризиками і змінами
Розвиток людських ресурсів через програми підготовки і підвищення кваліфікації персоналу	Відповідальність перед споживачами товарів і послуг (випуск якісних товарів)
Надання допомоги працівникам в критичних ситуаціях	Сертифікація відповідності системам управління якістю, здоров'ям і безпекою
Безпека зайнятості та соціально-відповідальна реструктуризація підприємств	Впровадження принципів чесного ведення бізнесу (повага до прав власності, захист добросовісної конкуренції, боротьба з корупцією, уникнення конфлікту інтересів, утримання від діяльності у неетичних сферах тощо)

Розроблено автором

1) Поліпшення ефективності процесів виробництва, зумовлене необхідністю знаходити, наприклад, приховані важелі винайдення способів зменшення викидів в атмосферу або пристосування виробництва до технологічних, санітарних, екологічних стандартів.

2) 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.

3) Психологічні фактори мотивації, турбота про працівників обертаються формуванням стабільного соціально-психологічного клімату в організації, що сприяє ефективності праці.

4) Підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії зменшує ризики від можливої втрати ринків, покращує доступ до нових ринків завдяки кращій репутації компанії.

Соціальний капітал є складною категорією, до якої часто звертаються в контексті соціальної відповідальності бізнесу, і від якої залежать темпи економічного зростання, конкурентоспроможності промисловості, ефективне функціонування інших складових суспільного капіталу. У вузькому значенні соціальний капітал визначається інвестиціями у розвиток державних і суспільних інститутів, зв'язків, норм, що сприяють зростанню добробуту, стимулюванню розвитку виробництва, зниженню рівня бідності, соціальної несправедливості. Соціальний капітал характеризується наявністю у фізичних та юридичних осіб стійких суспільних зв'язків, корисних для збільшення їх доходів, що створюють переваги їх місцезнаходження в ієрархічній структурі суспільства, організацій, в міжособових відносинах. Соціальний капітал – це показник існуючих потенційних ресурсів, які пов'язані з включенням у мережу відносин так чи інакше інституційно оформлених зв'язків.

Економічна функція соціального капіталу полягає у зменшенні трансакційних витрат, пов'язаних із формальними механізмами координування, наприклад контрактами і бюрократичними процедурами. Координація, заснована на неофіційних нормах, залишається важливою складовою сучасних економік, більше того, її роль стає більш значущою, оскільки ускладнюється природа економічної діяльності та технологій. Через доволі високу вартість багатьох послуг контроль за їх наданням доцільніше здійснювати шляхом застосування професійних стандартів, а не формальних механізмів. До того ж формальний обмін інтелектуальними технологіями в межах діяльності економічних суб'єктів призводить до високих витрат. Фактором їх зменшення дедалі частіше виступає підвищення ролі довіри в неформальних відносинах [7, р. 64].

Поширення і поглиблення процесів соціальної відповідальності призвело до необхід-

ності публічності корпоративної інформації про заходи щодо взаємодії з навколишнім середовищем і охорони природи. Надається інформація про розмір заробітної плати, кількості створених робочих місць, витрати на наукові дослідження, нові технології, витрати на навчання персоналу, умов праці і безпеки виробництва, дотримання трудового права і прав людини, заходи спрямовані на оздоровлення працівників підприємства. Наявність категорій «відповідальність», «громадянство», «зобов'язання» або «сталий розвиток» стало своєрідним паролем, необхідним корпораціям для визнання їх масштабної діяльності і виправдання економічної могутності в очах суспільства. Вони перетворилися на обов'язкові умови нового «суспільного договору», що виник під впливом становлення нового економічного порядку» [6, с. 61].

Соціальна відповідальність виступає як відносно самостійний вид відповідальності, якому притаманні специфічні риси. На сучасному етапі необхідно перейти від колишньої монополії держави у сфері соціальної відповідальності до розподілу соціальної відповідальності між державою, власниками підприємств, компаній і корпорацій, організаціями працівників (профспілками) і різними неурядовими організаціями. Поряд із зовнішньою соціальною відповідальністю необхідно формувати внутрішню соціальну відповідальність вітчизняного бізнесу.

Для українських компаній соціальна відповідальність переважно носить разовий характер, спрямований на покращення репутації, без бажання (часто і можливості) розглядати даний процес як тривалий і безперервний, нарешті, відсутня конструктивна, взаємовигідна взаємодія роботодавців і найманих працівників. Розвиток цього процесу в Україні має численні бар'єри, часом як штучні, так і природні. У національному господарстві України певною мірою представлені всі рівні реалізації концепції соціальної відповідальності. Водночас існуючу систему соціальної відповідальності неможливо назвати гармонійною, оскільки багато її елементів не виникли у ході еволюційного розвитку ринкових відносин, а залишилися у спадок від радянської системи соціального забезпечення. Механізми соціальної відповідальності, що виникли поза підприємницької культури, виявилися в більшості випадків нежиттєздатними в умовах ринкової системи господарювання [8, с. 98]. Уявлення власників підприємства про соціальну відповідальність має далеко не однозначне трактування, що веде до імітації реального процесу спонсорською допомогою, окремим соціальним інвестуванням з метою формування позитивного образу перед державою. Органи влади як на державному, так і регіональному рівні розглядають інститут соціальної відповідальності як елемент додаткового оподаткування бізнесу, як джерела поповнення бюджету шляхом делегування йому соціальних функцій, які погано

вирішуються владою. Громадянське суспільство в Україні не має достатньої зрілості, активності, характеризується сильною фрагментацією, і це не дозволяє забезпечувати достатнього високого рівня впливу на суб'єкти бізнесу з розширення діапазону соціальних програм. Функціональна вузькість соціальної відповідальності, нерозуміння її суті, можливо і небажання, обмежують сферу реалізації до границь соціального партнерства, взаємодії керівництва та профспілок підприємства щодо вирішення питань трудових відносин [9, с. 116].

**Висновки.** На жаль, вітчизняні компанії під соціальною відповідальністю бізнесу розуміють надання благодійної допомоги громадянам та розвиток власного персоналу, найменше асоціюють її з впровадженням принципів і практик підзвітності, прозорості й етичної поведінки, здійснення соціальних проектів та участь у регіональних програмах розвитку.

Соціальна відповідальність бізнесу неможлива без розвиненого громадянського суспільства, здатного виступати реальним партнером бізнесу при вирішенні соціальних питань. За такої умови можливий процес зростання готовності бізнесу залучатися в діалог і подальше партнерство з різними громадськими групами, збільшення кількості соціальних ініціатив, що виникають завдяки спільному мисленню і спрямовані на вирішення питань суспільного значення.

Зважаючи на те, що соціально відповідальна діяльність будь-якої компанії пов'язана з високими витратами, нині вона доступна виключно великим компаніям. До позитивного ефекту призводять тільки ті соціальні ініціативи, які добре узгоджуються з місією компанії. Менш великим компаніям, навіть у разі прихильності принципам соціальної відповідальності, найчастіше не під силу проведення такої політики з причин слабкого фінансового стану.

Основним напрямом реалізації соціальної політики та соціальної відповідальності бізнесу в Україні повинно бути не тільки розширення заходів соціальної допомоги та підтримки насе-

лення, а й розвиток людського потенціалу, підвищення якості людського капіталу як основи економічного зростання. Потрібно зрозуміти, що рівень розвитку соціальною відповідальністю є одним із головних факторів добробуту та якості життя суспільства.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Офіційний сайт Центру розвитку КСВ в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.csr-ukraine.org>.
2. Форум социально ответственных бизнесов Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.tnk-bp.com.ua/press/media/2005/12/851/>.
3. Simon Zadek Responsible Competitiveness. Corporate Responsibility Clusters in Action / Simon Zadek, John Sabapathy, Helle Dossing, Tracey Swift. – January 2003. – 120 p.
4. Сперанский В.И. Социальная ответственность бизнеса: сущность и особенности проявления [Электронный ресурс] / В.И. Сперанский // Вісн. Харк. нац. ун-ту. внутр. – 2009. – Вип. 44. – Режим доступа : [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vkhnuvs/2009\\_44/index.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vkhnuvs/2009_44/index.htm).
5. Дунаев І.В. Мотиваційні аспекти становлення соціальної відповідальності бізнесу в Україні / І.В. Дунаев, Н.І. Лепеха // Державне регулювання соціального підприємництва та соціально відповідального бізнесу : мат. II Міжнародної науково-практичної конференції, 25 листопада 2010 р. / за заг. ред. проф. О.Ю. Амосова. – Х. : Вид-во ХаРІ НАДУ «Магістр», 2010. – С. 144-146.
6. Сулян Н. Транснациональные корпорации в начале XXI в.: экономическая мощь и социальная ответственность (опыт Германии) / Н. Сулян // Человек и труд. – 2008. – № 5. – С. 55-61.
7. Fukuyama F. Social Capital and Civil Society / Fukuyama F. // IMF Working Paper WP/00/74. 2 000. – 165 p.
8. Петрушенко Ю.Н. Особенности реализации концепции социальной ответственности бизнеса в национальном хозяйстве Украины / Ю.Н. Петрушенко // Journal of institutional studies (Журнал институциональных исследований). – 2013. – № 1, Т. 5. – С. 92-107.
9. Мурашко М.І. Концептуальні основи соціальної відповідальності бізнесу в Україні / М.І. Мурашко // Демографія та соціальна економіка : Науково-економічний та суспільно-політичний журнал. – 2009. – № 2. – С. 114-122.