

4. Звіт Nestle в Україні 2014. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nestle.ua/asset-library/documents/socialreport_2015_31.08_screen.pdf

5. Процес становлення іміджу компанії «Світоч». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://institute.com.ua/viewfree.php?diplomID=30928>

6. Соціальна відповідальність українського бізнесу. Результати опитування. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://pmguinfo.dp.ua/images/documents/korp_otnosheniya/soc_otvetstvennost.pdf

Жигар Н.М.

К.е.н.

Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк

ФОРМУВАННЯ ЗАХОДІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Проблеми стабільності розвитку української економіки, набули складного характеру. В останні роки та займають одну з головних частин невід'ємного елементу ринкової стратегії підприємства. Вітчизняні підприємства поступово почали усвідомлювати помилковість негативного впливу на соціальну стабільність, стан суспільних відносин, а також економічні результати діяльності компаній. При цьому саме економічні причини стали провідним фактором виставлення соціальної відповідальності бізнесу в рядок найбільш важливих факторів стабільного економічного розвитку України.

Поняття соціальної відповідальності включає різні взаємодоповнюючі і альтернативні теорії. Теоретичне обґрунтування соціальної відповідальності бізнесу включає спроби узгодження результатів і намірів ринкової економіки. Оскільки провідне місце у просуванні ідей соціальної відповідальності бізнесу належить міжнародним організаціям, саме запропоновані ними визначення набули найбільшого поширення. За визначенням зеленої книги ЄС соціальна відповідальність бізнесу – це інтеграція соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі. Міжнародний форум лідерів бізнесу стверджує, що соціальна відповідальність бізнесу - це сприяння відповідальній діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу. На форумі соціально відповідального бізнесу України соціальна відповідальність бізнесу трактується як відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії бізнесу та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем [6].

На практику соціальної відповідальності бізнесу в Україні впливають такі фактори, до них відносять: структуру економіки (в українській економіці переважають галузі важкої промисловості, тому розвиток соціальної відповідальності бізнесу залежить від політики компаній у цьому секторі), іноземні інвестиції (за результатами опитування, проведеного в декількох країнах Асоціацією менеджерів Росії в Україні частка респондентів, які сприймають міжнародні компанії як більш соціально відповідальні, ніж місцеві, є найвищою серед усіх країн, де проводилося дослідження), слабкі місцеві громади (відсутність децентралізації фінансів в Україні призводить до того, що переважним джерелом доходів громади місцевих бюджетів є трансферти з центрального бюджету). З одного боку, це

обмежує стимули та можливості органів місцевого самоуправління у реалізації соціальних та інших програм. З іншого боку, це створює необхідність залучати компанії, які працюють у регіоні. Неefективна система соціального захисту, тому як багато компаній успадкували велику соціальну інфраструктуру (дитячі садки, будинки відпочинку тощо), яку вони продовжують утримувати, вважаючи це діяльністю з соціальною відповідальністю бізнесу. Також різні проблеми в захисті систем охорони здоров'я та освіти в Україні спонукають компанії підтримувати ці сфери, важкий регуляторний тягар, тобто погане виконання законів стимулюють компанії йти в тінь. Це не дає їм можливості показувати реальні прибутки та витратити частину цих прибутків на діяльність із соціальною відповідальністю бізнесу. Крім того, деякі підприємства застосовують тіншову зайнятість, виплачуючи зарплати, нижчі за прожитковий мінімум, що аж ніяк не відповідає засадам соціальної відповідальності бізнесу [2].

В Україні соціальна відповідальність бізнесу має різні вияви, залежно від положення підприємства на ринку, рівня конкуренції, характеру взаємин з органами державної та місцевої влади, наявності передвиборчої компанії та ін. Перша форма носить класичний характер, що пов'язано з політикою підприємства щодо реалізації повноцінного соціального партнерства. Ця форма імпонує компаніям, які працюють не тільки на український ринок, але і закордонні. Бажання таких підприємств запровадити соціальну відповідальність обумовлена тим, що існує необхідність відповідати західним критеріям для успішного ведення бізнесу. Особливо, коли планується проведення продажу акцій на зарубіжних фондових ринках. Компанії стають зацікавленими в тому, щоб легітимізувати свій бізнес (у розвинених країнах), де соціальна відповідальність вже давно стала обов'язковим елементом правильної поведінки на ринку.

Друга форма соціальної відповідальності бізнесу, на нашу думку, пов'язана з отриманням натомість від держави певних привілеїв, можливість розробки та видобутку корисних копалин, надання вигідного державного замовлення. Закріплення за компанією сукупності елементів соціальної відповідальності передбачає витрати ресурсів на здійснення цих функцій і відтворення відповідних соціальних статусів, що веде до отримання певних вигод, у тому числі корисних ефектів [4].

Третя форма носить, більшою мірою, примусовий характер, коли соціальна відповідальність є проявом обов'язкової благодійності. Держава фактично змушує підприємства займатися такого роду діяльністю. Це пов'язано з тим, що „надмірна залежність вітчизняного бізнесу від влади, яка зміщує акценти його соціальної політики, а також загальний низький рівень конкурентності більшої частини внутрішніх ринків, що робить зайвою (економічно неефективною) для бізнесу боротьбу за свою легітимність перед ким би то не було, крім владних структур різних рівнів” [3].

Четверта форма соціальної відповідальності зустрічається на містоутворюючих підприємствах. Враховуючи особливості діяльності таких підприємств, бізнес змушений брати на себе неспецифічні для себе соціальні функції. Містоутворюючі підприємства змушені бути соціально відповідальними для безперебійної роботи підприємств, вирішення господарських проблем міста, головним чином через самоусунення держави від вирішення даних проблем. Тим більше, що в кінцевому рахунку співпраця з місцевою владою і громадянським суспільством виявляється набагато більш успішною [5].

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. У той же час існуючу систему соціальної відповідальності неможливо назвати гармонійною, оскільки багато її елементів не виникли в ході еволюційного розвитку

ринкових відносин, а залишилися у спадок від радянської системи соціального забезпечення [1].

Соціальна відповідальність бізнесу в Україні є відображенням складних процесів трансформації всієї соціально-економічної системи країни. Тому не можна очікувати кардинальних позитивних змін у діяльності інституту соціальної відповідальності бізнесу при високому рівні безвідповідальності інституту української держави. 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 спрямованих на вирішення питань суспільного значення. Зважаючи на те, що соціально відповідальна діяльність будь-якої компанії пов'язана з високими витратами, доступна вона в даний час 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. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу українськими компаніями, утруднене через прагнення до короткострокових фінансових результатів. Це призводить до нехтування не тільки довгострокового розвитку, але і до прагнення перекласти на споживачів зовнішні ефекти більш витратного та екологічно шкідливого виробництва.

Список використаних джерел:

1. Антошко Т. Р. Впровадження корпоративної соціальної відповідальності на промислових підприємствах : монографія / Т. Р. Антошко, П. В. Круш, Ю. В. Тюленєва ; Нац. техн. ун-т України „Київ. політехн. ін-т”. – К. : НТУУ „КПІ”, 2013. – 275 с.
2. Гоголя О. П. Соціальна відповідальність бізнесу : монографія / О. П. Гоголя, І. П. Кудінова ; Каб. Міністрів України, Нац. ун-т біоресурсів і природоко- ристування України. – Ніжин : Лисенко М. М., 2011. – 175 с.
3. Діагностика стану та перспектив розвитку соціальної відповідальності в Україні (експертні оцінки): монографія / О. Ф. Новікова, М. Є. Дейч, О. В. Панькова та ін.; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2013. – 296 с.
4. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / А. М. Колот та ін. ; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Колота ; Держ. вищ. навч. закл. „Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, Наук. парк, Ін-т соц.-труд. відносин. – К. : КНЕУ, 2012. – 501 с.
5. Шаповал В. М. Соціальна відповідальність бізнесу в структурі управління економікою : монографія / В. М. Шаповал ; ДВНЗ „Нац. гірн. ун-т”. – Д. : Держ. ВНЗ „НГУ”, 2011. – 356 с.
6. Царик І. М. Регулятивні інструменти посилення соціальної відповідальності бізнесу в системі національної економіки : монографія / І. М. Царик ; Черніг. держ. ін-т права, соц. технологій та праці. – Чернігів : [б. в.], 2011. – 152 с.

Іванова В.В.

К.е.н., доцент, доцент кафедри екологічного менеджменту

Тулаїнова Я.П.

Студент 1 курсу магістратури

Донецький державний університет управління, м. Маріуполь

ЕКОЛОГІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

З кожним роком питання екологічної соціальної відповідальності стає все більш актуальним як за кордоном, так в і Україні, що пов'язано з глобалізацією, зростанням загрози техногенних та екологічних катастроф, актуалізацією здорового способу життя. Ігнорування