

Колосок А. М.

к. е. н., доцент кафедри економіки, безпеки
та інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет
ім. Лесі Українки, м. Луцьк

**ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЕКОЛОГО-СОЦІАЛЬНОЇ
ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ**

Добровільна участь бізнес структур у плануванні та реалізації заходів еколого-соціального спрямування є надзвичайно актуальною, оскільки держава самостійно не в змозі повноцінно захистити довкілля, гарантувати соціальну та екологічну безпеку як окремого громадянина так і країни в цілому.

Практичні аспекти та світовий досвід еколого-соціальної відповідальності досліджували такі зарубіжні вчені : Боуен Г. Р., Друкер П. Ф., Фрідмен М. та ін.

Серед вітчизняних науковців вагомий вклад у дослідження даної проблематики зробили : Березіна О. Ю., Волинець У. А., Ворончак І. О., Грицина Л. А., Зеленко О. О., Смовженко Т. С., Смоленніков Д. О., Царик І. М., Шаповал В. М. та ін.

Не применшуючи значення наукового доробку цих дослідників, зауважимо, що питання еколого-соціальної відповідальності в розрізі суб'єктів економіки на регіональному рівні залишаються недостатньо вивченими та потребують подальшого дослідження.

Поєднавши та узагальнивши всі тлумачення та підходи, ми можемо стверджувати, що не існує єдиного загальноприйнятого визначення поняття «соціальна відповідальність бізнесу», а також єдності думок щодо її складу, структури та методів прояву.

На основі проведених досліджень ми сформуваємо власне бачення сутності даної категорії та пропонуємо її називати «еколого-соціальна відповідальність бізнесу» : це цілеспрямована, систематична й добровільна участь компаній у розробці та реалізації заходів природоохоронного характеру, вкладання коштів в екологічні проекти, формування відповідальної свідомості суспільства шляхом навчально-просвітницької роботи з дітьми в гуртках еколого-натуралістичного спрямування, та відповідальність бізнесу за результати своєї виробничої діяльності перед місцевими громадами й суспільством у цілому, заради покращення стану навколишнього середовища та прихованої реклами власної продукції.

Еколого-соціальна відповідальність передбачає заходи направлені на будівництво додаткових очисних споруд, впровадження замкнутих виробничих циклів, перехід на відновлювальні джерела енергії, зменшення викиду парникових газів, підтримку екологічних організацій, формування екологічної свідомості у працівників та місцевої громади тощо... Причому заходи із еколого-соціальної відповідальності повинні здійснюватись превентивно, аби не допустити техногенної катастрофи, чи локальної екологічної шкоди.

В Україні відсутнє інституційне забезпечення еколого-соціальної відповідальності бізнесу, не має ні спеціалізованого закону, ні державної структури яка б займалася даним питанням. Еколого-соціальна відповідальність бізнесу розвивається спонтанно, завдяки успішним прибутковим компаніям, волонтерським організаціям чи окремим соціально свідомим бізнесменам.

До бізнес-структур які зробили значний внесок у розвиток еколого-соціальної відповідальності в Україні належать: фінансово-промислова група «СКМ», торгівельна мережа «Наш край», компанія «Nemiroff», група компаній «Фокстрот», корпорація «Оболонь», компанія «Київстар», торгова марка «Дмитрук» тощо. Зазначені компанії впроваджували програми «зеленого офісу», вкладали кошти в очисні споруди, висаджували зелені насадження, прибирали паркові зони, перейшли на випуск екологічно-чистої продукції тощо. Проте, якщо порівняти кошти які зазначені бізнес-структури витратили на еколого-соціальну відповідальність до їхніх прибутків, то отримуємо мізерні значення. Більшість українських підприємств обмежуються виконанням визначених державою мінімальних еколого-соціальних стандартів, або здійснюють заходи соціально-етичного маркетингу.

Окремої уваги заслуговують торгові марки компаній, що займаються акваріумним бізнесом: «Тетра», «Aquael», «Rikka», «Лотос К», «Природа», «Ptero», «COLLAR», «AquaLighter», «Hagen», «Tropical» тощо., через значний внесок у формування еколого-

соціальної свідомості учнів та молоді в цілому. Зокрема, вказані торгові марки були партнерами різноманітних виставок, конкурсів, змагань, лекцій, та семінарів присвячених акваріумній тематиці, забезпечили учасників та переможців призами для створення власних живих куточків.

До першочергових напрямів розвитку еколого-соціальної відповідальності бізнесу в Україні, на наш погляд, належать: забезпечення нормативно-правової бази та створення стратегії (концепції) розвитку еколого-соціальної відповідальності бізнесу; ідеологічна політика та інформаційно-просвітницька робота щодо значення еколого-соціальної відповідальності, її користі та необхідності для суспільства; навчально-просвітницька робота з дітьми в гуртках еколого-натуралістичного спрямування; формування держаного фонду та залучення коштів місцевих бюджетів для паритетного фінансування еколого-соціальних проектів запроваджених приватними бізнес-структурами; надання різноманітних податкових пільг та формування заходів морального стимулювання для підприємців, що вклали кошти у екологічні чи соціальні проекти; запровадження на національному рівні обов'язкової соціальної звітності, необхідної підприємствам для котирування акцій на фондових біржах, участі у державних тендерах, отримання певних ліцензій тощо.

Держава повинна показувати приклад бізнесу, забезпечувати високі екологічні стандарти, створювати благодійні програми, переходити на відновлювальні джерела енергії та стимулювати підприємців до аналогічних дій.

Рушійною силою розвитку еколого-соціальної відповідальності бізнесу повинно стати масове впровадження паритетного фінансування еколого-соціальних програм по створенню відновлювальних джерел енергії, розбудови місцевої інфраструктури, благодійництва, соціально-етичного маркетингу тощо. Саме часткове фінансування еколого-соціальних проектів, з державного, місцевого бюджетів, фондів громад та компаній забезпечить найвищу ефективність використання коштів, та сприйняття результатів громадою.

Список використаних джерел:

1. АкваТерра Шоу [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.aquaterrashow.com.ua/>
2. Волинець У. А. Економічні засади регулювання соціально відповідальної діяльності суб'єктів економіки в Україні [Текст] : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03 / Волинець Уляна Андріївна. - Захищена 2.04.2016. - Рівне, 2016. - 187 с.
3. Екосистема Nemiroff [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/participation/report/cop/create-and-submit/active/18812>
4. Корпоративна відповідальність «Оболонь» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://obolon.ua/ua/corporate-responsibility/successful_practices
5. Корпоративна соціальна відповідальність «Фокстрот» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://foxtrotgroup.com.ua/uk/csr/responsibility.html>
6. Корпоративна соціальна відповідальність торговельної мережі «Наш Край» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://nashkraj.ua/ksv#>
7. Смоленніков Д. О. Роль екологічної відповідальності бізнесу на шляху до сталого розвитку / Д. О. Смоленніков // Вісник СумДУ. Серія Економіка. - 2013. - № 4. - с. 35 - 39.
8. Соціальна відповідальність торговельної марки «Тетра» [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.facebook.com/groups/1670732199819185/?fref=ts>

Кривов'язюк І.В.

к.е.н., професор, професор кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності Луцький національний
технічний університет, м. Луцьк

Гаранчевська І. А.

Студентка Луцький національний
технічний університет, м. Луцьк