

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2023. № 12.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.12.55>

УДК 331.101.38:331.2

Г. І. Тибінка,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6730-1877>

І. І. Федоришин,

аспірант кафедри менеджменту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0009-3284-296X>

Р. В. Кондрацький,

аспірант кафедри менеджменту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-3793-8286>

ТЕРИТОРІАЛЬНІ ГРОМАДИ ЯК ПРИКЛАД КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

H. Tybinka,

PhD in Economics, Associate Professor of Management,

Ivan Franko National University of Lviv

I. Fedoryshyn,

Graduate Student of Management,

Ivan Franko National University of Lviv

R. Kondratskyi,

Graduate Student of Management,

Ivan Franko National University of Lviv

TERRITORIAL COMMUNITIES AS AN EXAMPLE OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

В даній статті досліджено нами теоретичні та практичні аспекти формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні. Актуальність даного дослідження полягає в тому, що корпоративна соціальна відповідальність в Україні сьогодні на практиці мало реалізована, на нашу думку, перебуває лише на етапі власного становлення. З огляду на це, мета даної статті – це дослідження базових теоретичних та практичних аспектів КСВ в Україні та можливостей їх використання під час формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в майбутньому.

Під час нашого дослідження ми опрацювали велика кількість інтернет ресурсів, праць іноземних та вітчизняних дослідників корпоративної соціальної відповідальності, прикладів практичної діяльності в галузі корпоративної соціальної відповідальності, законодавчі акти в галузі корпоративної соціальної відповідальності.

In this article, we have investigated the theoretical and practical aspects of the formation and development of corporate social responsibility in Ukraine. The relevance of this research lies in the fact that corporate social responsibility in Ukraine today is little implemented in practice, in our opinion, it is only at the stage of its own formation. In view of this, the purpose of this article is to study the basic theoretical and practical aspects of CSR in Ukraine and the possibilities of their use during the formation and development of corporate social responsibility in the future.

During our research, we processed a large number of Internet resources, works of foreign and domestic researchers of corporate social responsibility, examples of practical activities in the field of corporate social responsibility, legislative acts in the field of corporate social responsibility.

Today, management as a science is developing in all directions, branches and spheres of the economy as a whole and in the field of corporate social responsibility as a part of it. In this article, we examine the formation and development of corporate social responsibility in Ukraine, which, in our opinion, is currently at the initial stage of its own formation.

In our opinion, the question of a comprehensive study of the formation and development of corporate social responsibility in Ukraine remains relevant today.

A large number of foreign and Ukrainian scientists are currently studying the main issues of corporate social responsibility in general and territorial communities in particular, among whom it is worth highlighting: Bozhuk S. [1], Bukovynska M.

[2], Okhrimenko O. [3] and other researchers. However, in the modern conditions of economic development, complex processes can be traced that cause the need to deepen theoretical and practical knowledge and skills regarding the formation and development of corporate social responsibility.

Summarizing the above, it is worth emphasizing that the purpose of this study is to analyze the state of involvement of the private Ukrainian sector in the formation and development of territorial communities, using the most common models of this activity - pro bono, charitable assistance, social entrepreneurship, impact investing, corporate social responsibility, cooperation. Our study describes the main trends, development prospects and barriers of socially responsible business in Ukraine as a whole and in the eastern regions in particular.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, модель корпоративної соціальної відповідальності, територіальна громада, приватний сектор.

Keywords: corporate social responsibility, model of corporate social responsibility, territorial community, private sector.

Постановка проблеми. Менеджмент як наука сьогодні розвивається в усіх напрямках, галузях і сферах економіки в цілому та в сфері власне корпоративної соціальної відповідальності як частини. В даній статті ми досліджуємо формування та розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні, яка, на нашу думку, сьогодні є на початковому етапі власного становлення.

На нашу думку, актуальними сьогодні залишаються власне питання комплексного дослідження формування та розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість іноземних та українських науковців сьогодні вивчають основні питання корпоративної соціальної відповідальності загалом та територіальних громад зокрема, серед яких варто виділити: Божук С. [1], Буковинська М. [2], Охріменко О. [3] та інші дослідники. Проте, в сучасних умовах розвитку економіки простежуються складні процеси, які викликають потребу поглиблення теоретико-практичних

знань і навиків щодо формування і розвитку корпоративної соціальної відповідальності.

Постановка завдання. Підсумовуючи вищесказане, варто підкреслити, метою цього дослідження є аналіз стану залучення приватного українського сектору до становлення та розвитку територіальних громад, використовуючи найпоширеніші моделі даної діяльності – рго bono, благодійна допомога, соціальне підприємництво, імпакт-інвестування, корпоративна соціальна відповідальність, кооперація. В нашому дослідженні описано основні тренди, перспективи розвитку і бар'єри соціально відповідального бізнесу в цілому в Україні та на східних регіонах зокрема.

Методи дослідження. Методичним та теоретичним підґрунтям нашого дослідження виступають загальнонаукові та спеціальні наукові методи, серед яких виділяємо: системний і комплексний підходи відносно вивчення процесів та явищ у суспільстві. Під час нашого дослідження ми використовували абстрактно-логічний, соціологічні методи, статистичне дослідження, аналіз, синтез та інші наукові методи зокрема, а також загальноекономічні і специфічні методи загалом.

Виклад основного матеріалу. У системі формування та розвитку громадянського суспільства сьогодні, на нашу думку, центральне місце займає територіальна громада, яка створюється на основі власне міського та сільського постійного населення. Міста і села трактують як самостійні адміністративно-територіальні одиницями, а також можуть бути їх об'єднання. До пріоритетних ознак територіальної громади, на наше переконання, варто віднести наступні:

- територія (місце), тобто простір у межах визначених кордонів (економічних, географічних, адміністративних, інформаційних тощо);
- населення і/або спільність людей (культурна, історична, сусідська);
- соціальна взаємодія (суспільні послуги, організації, сусідські відносини, взаємозв'язки у виробничій діяльності, спільні правила і норми поведінки тощо);

- почуття спільноти (спільність інтересів, психологічна ідентифікація себе із спільнотою, почуття приналежності, почуття відповідальності перед спільнотою, власне почуття співучасті до суспільних подій тощо).

Зважаючи на вказані ознаки, робимо висновок, що за соціально-економічною суттю свого функціонування громади передбачають формування взаємовідповідальних тісних відносин між усіма учасниками останніх. Для бізнесу, ми вважаємо, територіальна громада – це не тільки місце розташування підприємства, це, насамперед, середовище життєдіяльності потенційних і теперішніх працівників громади, інвесторів, споживачів.

Значна частина вітчизняних великих компаній трактує власну участь у становленні та розвитку територіальної громади як елемент своєї стратегії корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Водночас, корпоративна благодійність розглядається як повноцінний прояв КСВ перед громадою.

Територіальна громада, ми вважаємо, співпрацюючи із бізнес-структурами, формує ряд переваг, а саме:

- формування нових партнерських відносин у межах громади серед різних гілок влади некомерційними громадськими організаціями та бізнесом;
- мобілізація власне внутрішніх фінансових ресурсів з метою вирішення соціальних проблем, здійснення важливих соціальних проектів, поєднуючи ресурси із різних джерел, можна досягнути більшого соціального ефекту і кращого результату;
- виховання почуття причетності до значущих соціальних проблем у громаді;
- згуртування громадян;
- створення нових каналів зв'язку, які збільшують можливість запобігати ефективно непорозумінням між громадою і компанією, створюють додаткову можливість керівництва соціальними ризиками;
- збагачення культурного життя співтовариства та історичного досвіду;
- збільшення соціальної активності населення, поповнення знань громадян і підвищення можливості участі останніх у різних громадських програмах.

Збройний конфлікт на східній Україні сьогодні, на наше переконання, кардинально змінив життя на «лінії зіткнення» місцевого населення. Місцевим громадам надзвичайно не вистачає сьогодні новітніх підходів, ресурсів, досвіду для відновлення і відповідного розвитку власних територій, а також вирішення серйозних проблем соціальної згуртованості і громадської безпеки.

Запорукою успішності більшості громад сьогодні, ми вважаємо, є наявність дієвого ефективного партнерства із приватним сектором. Приватні фірми, на нашу думку, досить часто вносять у громаду досвід, інновації, фінансові ресурси, що є надзвичайно важливо для відновлення та розвитку громад на східній Україні.

Найпоширенішою моделлю партнерства із приватним сектором сьогодні в громадах, у яких діють великі підприємства, на нашу думку, є реалізація програм КСВ. Наприклад, співпрацює із ДТЕК громада м. Щастя, із Групою «Метінвест» співпрацює громада смт. Новгородське. Надання благодійних послуг pro bono та допомоги великі підприємства включають також до програм КСВ.

Середній і малий бізнес, як правило, шляхом надання власне благодійної допомоги за зверненнями органів місцевого самоврядування або потребуючих залучений до розвитку приймаючих громад. Малий бізнес власним коштом і за власною ініціативою інколи вирішує соціальні питання та інші важливі проблеми у територіальних громадах.

Соціальне підприємництво, ми вважаємо, представлене порівняно слабо сьогодні як в Україні загалом, так й в східних регіонах України, зокрема. Неприбуткові організації громадянського суспільства займаються в основному соціальним підприємництвом, а власне місцевий бізнес тільки вивчає таку діяльність.

Практично єдиним прикладом в Україні імпакт-інвестування, який справді відповідає майже усім критеріям вказаного явища, виступає в м. Івано-

Франківську проект «Промприлад. Реновація». На східній Україні поки що відсутні подібні проекти.

Кооперативна модель участі власне приватного сектора у розвитку територіальних громад на східній Україні в основному представлена сьогодні лише незначною кількістю сільськогосподарських кооперативів. Потенціал корпоративної моделі відносно розвитку міських та сільських територіальних громад сьогодні у порівнянні із іншими іноземними країнами практично не використовується.

Керівництвом 180 глобальних корпорацій із міжнародної мережі Business Roundtable, серед яких виділяємо FedEx, General Motors, Apple, Boeing, 19 серпня 2019 року зроблено заяву про те, що власне прибуток більше не виступає кінцевою метою діяльності, корпоративною ціллю стає задоволення інтересів абсолютно усіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів) – найманих працівників, постачальників, споживачів, місцевих громад, власних акціонерів.

Основою вказаної публічної заяви відносно перегляду підходів ведення бізнесу сьогодні корпоративними гігантами є суспільний відповідний запит. Відповідно до досліджень Cone Communications Millennial CSR, які були здійснені у США у 2015 році, дев'ять із десяти громадян віком до 34 років залюбки поміняють власні споживчі уподобання на бренди, які мають певну соціальну мету. Більше 60% опитаних прагнуть працювати на соціально відповідальний бізнес, навіть за умови отримання меншої зарплати. Приблизно 80% опитаних споживачів прагнуть купувати продукт, виготовлення якого стимулює відповідні позитивні екологічні або соціальні зміни.

Хорошим прикладом поширення концепції відповідального бізнесу у світі, виступають темпи зростання кількості членів-компаній мережі Global Compact. Мережа Global Compact – це ініціатива, яка просуває ідеї КСВ. З 2000 року створення ініціативи до неї долучилося більше дванадцяти тисяч компаній з усього світу, серед яких близько трьох тисяч компаній долучилося протягом трьох останніх років. Україна також не залишилася осторонь, станом на

жовтень 2019 року серед членів мережі Global Compact-ініціативи налічується тридцять п'ять представників українського приватного сектору.

Відповідно до результатів опитування чотирьохсот українських організацій і підприємств, яке у лютому-березні 2018 року провів Київський міжнародний інститут соціології, 83% опитаних реалізує політику КСВ. Вагома більшість респондентів (75%) трактує КСВ як політику розвитку та покращення умов праці працівників. Третина респондентів трактує КСВ як захист, підтримку споживачів, інвестиції в розвиток регіону. Більше чверті респондентів трактує КСВ як допомогу учасникам власне антитерористичної операції (АТО) на східній Україні та громадянами регіонів, які внаслідок конфлікту постраждали, охорону довкілля та благодійну допомогу.

Попри розвиток КСВ в Україні понад 15 років, на наше переконання, рівень розуміння власне сутності та основних принципів КСВ в Україні досить низький. Відповідно до результатів досліджень «Розвиток в Україні КСВ 2010–2018 роки», тільки 50% компаній серед тих, які проводять політику КСВ, сформували стратегію власне соціальної відповідальності, 25% компаній містять бюджет на реалізацію заходів і програм із КСВ, в більшості компаній керівництво займається пошуком ідей для програм КСВ та створенням планів їх здійснення.

Стереотипи необхідних для реалізації КСВ програм та заходів великих фінансових ресурсів, на наше переконання, поширений сьогодні. Водночас, як свідчать дослідження, для частини бізнесу України, сьогодні недостатньо позитивних прикладів впровадження КСВ та інформації. Незначна частка компаній має інформацію про організації, які можуть надати допомогу щодо формування та впровадженні КСВ.

Американські та британські компанії виключно із переліку Fortune Global 500, на відміну від компаній України, щорічно витрачають понад 15 млрд. дол. США власне на розвиток КСВ. Керівництво 40% цих компаній абсолютно

переконане, що вирішення соціальних проблем повинно стати основою бізнес-стратегії власних підприємств.

Кілька років поспіль в Україні проводиться ряд заходів щодо формування та просування КСВ. Як приклад, проводяться щорічні конкурси власне найкращих практик (кейсів) КСВ Центром розвитку КСВ. У 2018 році даний конкурс присвячений впровадженню семи (із сімнадцяти) Цілей Сталого Розвитку українськими компаніями. Як результат конкурсу, сформовано збірку 19 кейсів, які відносяться до гідної праці, скорочення нерівності, міцного здоров'я, якісної освіти, відповідального споживання та виробництва, сталого розвитку спільнот і міст та спільнот, партнерства задля стійкого розвитку. Вказані кейси відображають розмаїття підходів відносно розвитку КСВ в компаніях України.

Яскравим прикладом розвитку КСВ в Україні є діяльність компанії ДТЕК, яка здійснює Програму «Соціальне партнерство 2018», яка поширюється на всі територіальні громади, у яких працюють об'єкти ДТЕК загалом, зокрема і на східні регіони України. Основними пріоритетами і напрямками Програми сьогодні є охорона здоров'я, енергоефективність у комунальному секторі, розвиток соціально вагомої інфраструктури, розвиток бізнес середовища, підвищення активності територіальних громад. ДТЕК вважає відповідно до Програми, що найефективнішим є системний підхід вирішення питань разом із іншими власне зацікавленими сторонами (іншими бізнесами, громадянським суспільством, владою), з цієї причини робить ставку власне на партнерські проекти.

Висновки. Підсумовуючи вищесказане, робимо висновок, що під КСВ сьогодні розглядають прозору відкриту ділову практику, що заснована на повазі до користувачів, акціонерів, працівників, етичних цінностях та оцінці навколишнього середовища. Збройний конфлікт, на нашу думку, сьогодні кардинально змінив життя населення східних регіонів України. Сьогодні дуже не вистачає місцевим громадам, ми вважаємо, новітніх ресурсів, підходів,

досвіду відновлення і подальшого розвитку своїх територій, а також, що надзвичайно важливо, на наше переконання, вирішення ґрунтовних питань громадської безпеки та соціальної згуртованості.

Основою успіху більшості територіальних громад станом на сьогодні, на нашу думку, є налагодження ефективного партнерства із українським приватним сектором. Приватні фірми України, ми вважаємо, вносять у територіальну громаду фінансові ресурси, досвід, інновації, які необхідні для формування та подальшого розвитку територіальних громад на східній частині України.

Література

1. Божук С. Г. Корпоративна соціальна відповідальність : підручник для академічного бакалаврату. 2017.
2. Буковинська М. П. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу : монографія. К. : Компринт, 2015. 296 с.
3. Охріменко О. О. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. К: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», 2015. 180 с.

References

1. Bozhuk, S. (2017), *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' : pidruchnyk dlia akademichnoho bakalavratu* [Corporate social responsibility : a textbook for academic undergraduates], Kyiv, Ukraine.
2. Bukovynska, M. (2015), *Korporatyvna sotsial'na vidpovidal'nist' biznesu : monohrafiia* [Corporate social responsibility of business : monograph], Comprint, Kyiv, Ukraine.
3. Okhrimenko, O. (2015), *Sotsial'na vidpovidal'nist': navchal'nyj posibnyk* [Social responsibility : study guide], National Technical University of Ukraine «Kyiv Polytechnic Institute», Kyiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 08.12.2023 р.