

М. І. Крупка,

д. е. н., професор, завідувач кафедри фінансів, грошового обігу та кредиту,

Львівський національний університет імені Івана Франка

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8775-1397>

В. В. Костецький,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансових технологій та банківського бізнесу,

Західноукраїнський національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0179-9526>

DOI: 10.32702/2306-6814.2023.7.10

МІСЦЕ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

М. Krupka,

Doctor of Economics Sciences, Professor, Head of the Department of Finance,

Money Circulation and Credit, Ivan Franko National University of Lviv

V. Kostetskyi,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department

of financial technologies and banking business, West Ukrainian National University

THE PLACE OF BUSINESS SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE IMPLEMENTATION OF PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP PROJECTS

У статті проаналізовано концепцію та роль корпоративної соціальної відповідальності у сучасних соціально-економічних умовах. В даний час все більше компаній, організацій, учених, професіоналів-практиків цікавляться питаннями корпоративної соціальної відповідальності. Нові вимоги суспільства та економіки загалом більше не дозволяють забезпечити реалізацію спільних цілей суб'єкта господарювання з урахуванням лише бізнес-інтересів. Тепер соціальна відповідальність має бути включена в організацію управління як засіб досягнення успіху і як критерій оцінки діяльності компаній. Розглянуто проблеми формування принципів корпоративної соціальної відповідальності під час ведення бізнесу, описано різні підходи до розгляду даного поняття та основні принципи розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

Розкрито процес розвитку сутності корпоративної соціальної відповідальності, встановлюючи механізм її застосування в системі державно-приватного партнерства. Встановлено, що корпоративна соціальна відповідальність розглядається з різних точок зору і її аналізують у межах різноманітних теоретичних концепцій. В даний час підприємці та держава намагаються використовувати механізм корпоративної соціальної відповідальності для підвищення свого престижу в очах суспільства. Дано змістовну характеристику форм стратегічного партнерства держави та бізнесу. Запропоновано авторський підхід до трактування принципів взаємодії держави та бізнесу як учасників стратегічного партнерства. Ці принципи визначені як правила, дотримання яких необхідне формування та стійкого відтворення відносин між державою та бізнесом, що забезпечують ефективне досягнення цілей стратегічного партнерства. Досліджено особливості розвитку соціальної відповідальності бізнесу під час надзвичайного стану, зокрема під час війни. Обґрунтовано необхідність адаптації механізму державно-приватного партнерства для залучення інвестицій на швидку відбудову зруйнованої інфраструктури.

The article analyzes the concept, role and assessment of corporate social responsibility in modern socioeconomic conditions. Currently, more and more companies, organizations, scientists, practitioners are interested in issues of corporate social responsibility. The new requirements of society and the economy as a whole no longer allow us to ensure the implementation of the company's overall goals, taking into account only business interests. Now social responsibility should be included in the management organization as a means of achieving success and as a criterion for evaluating the activities of companies. The article deals with the problems of formation of the principles of corporate social responsibility in business, describes the different approaches to the consideration of this concept and the basic principles of social responsibility of business.

The authors study the process of development of the essence of corporate social responsibility, establishing the mechanism of its application in the system of public-private partnership. It is established that corporate social responsibility is considered from various points of view, and it is analyzed within the framework of a variety of theoretical concepts. At the present time, entrepreneurs and the state are trying to use the mechanism of corporate social responsibility to increase their prestige in the eyes of society. A meaningful description of the forms of strategic partnership between the state and business is given. The author's approach to the interpretation of the principles of interaction between the state and business as participants in a strategic partnership is proposed. These principles are defined as the rules that must be followed for the formation and sustainable reproduction of relations between the state and business, ensuring the effective achievement of the goals of the strategic partnership. Peculiarities of the development of social responsibility of business during a state of emergency, in particular during a war, are studied. The need to adapt the public-private partnership mechanism to attract investments for the rapid reconstruction of the destroyed infrastructure is substantiated.

Ключові слова: суспільство, соціально відповідальний бізнес, сталий розвиток, корпоративна соціальна відповідальність, державно-приватне партнерство.

Key words: society, socially responsible business, sustainable development, corporate social responsibility, public-private partnership.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Розвиток інноваційних механізмів інвестування в умовах високої волатильності сучасних ринків є необхідною умовою для успішного розвитку національних економік. У сучасних умовах держава не може односторонньо забезпечувати комплексний процес соціально-економічного розвитку на своїй території. Тому виникає потреба у пошуку та використанні сучасних економічних та інституційних технологій, завдяки яким можна було б забезпечувати стабільний процес розвитку всього суспільства.

Взаємодія бізнесу та держави має величезний потенціал. Залучення представників бізнесу до вирішення державних завдань соціального сектору дозволяє збалансувати ресурси, підвищити швидкість та ефективність досягнення результату, сприяючи при цьому розвитку суміжних галузей економіки. У розвинутих

країнах практика корпоративної соціальної відповідальності успішно інкорпорована у бізнес-процеси великих компаній. Також соціально відповідальна поведінка під час проходження відповідного аудиту відкриває бізнесу нові інвестиційні можливості.

Інвестиції в соціальну сферу можуть стати формою переходу від благодійності на користь такої корпоративної соціальної відповідальності, яка є прибутковим бізнесом і приносить відчутні переваги на ринку. З практичної точки зору подібна участь бізнесу може бути виражена у формі державно-приватних інвестиційних проєктів у соціальній сфері.

Поряд з новими принципами і формами корпоративної соціальної відповідальності, що зароджуються, та її зростаючого значення у світовому співтоваристві, в Україні як у науковій, так і в правовій сфері відсутня згода щодо дефініції корпоративної соціальної відповідальності, у зв'язку з чим відповідні програми компаній носять безсистемний характер, а самі інвестори часто не можуть визначити їх ефективність. Саме в контексті

державно-приватного партнерства соціальна відповідальність бізнесу могла б набути якісно нового значення.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У зарубіжних практиках політика корпоративної соціальної відповідальності набула широкого поширення в діяльності підприємницьких структур і має наукове обґрунтування. Питання соціальної відповідальності бізнесу вивчалися: Л. Брауном, який розглядав підзвітність та соціальну відповідальність керівників підприємств як перед власниками, так й перед персоналом, споживачами, суспільством; Х. Боуеном, який обґрунтовував соціальні та економічні вигоди суспільства при прийнятті корпораціями у процесі веденні бізнесу додаткових зобов'язань щодо вирішення соціальних проблем; М. Месконом, що відстоює дуальне позиціонування бізнесу, яке полягає з одного боку у його функціях забезпечення ефективності, зайнятості, прибутку та дотримання законодавства, а з іншого — у відповідальності перед суспільством, в якому він функціонує. Далі обґрунтування корпоративної соціальної відповідальності отримало розвиток у відомих теоріях: корпоративного егоїзму (М. Фрідман), корпоративного альтруїзму, розумного егоїзму (Л. Холм, Р. Уфттс), корпоративного громадянства (Е. Бурк, Крейк Сміт, Д. Лонг), соціально-відповідальної поведінки (Дж. Галаскевич), сталого розвитку.

В Україні дослідженнями проблем актуальності соціальної відповідальності бізнесу займалися: О. Кузьмін, Н. Станасюк, О. Уголькова, які проаналізували види соціальної відповідальності та її прояви; В. Божкова, Л. Сагер розглядали шляхи запровадження соціально-відповідального бізнесу, а також фактори її розвитку у вітчизняних умовах; М. Дейч, який оцінював стан та перешкоди на шляху становлення соціальної відповідальності бізнесу, визначив можливості розвитку такої діяльності; В. Круглов, що з'ясував роль державно-приватного партнерства у забезпеченні корпоративної соціальної відповідальності.

На жаль, у науковій літературі менше уваги приділяється місцю соціальної відповідальності бізнесу в реалізації проєктів державно-приватного партнерства, що впливають не тільки на сам бізнес і його стейкхолдерів, але багато в чому визначають рівень соціальної справедливості у суспільстві, його соціальну безпеку.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є з'ясування місця соціальної відповідальності бізнесу в реалізації проєктів державно-приватного партнерства та оцінка перешкод і можливостей розвитку кооперації держави та суб'єктів господарювання в Україні на шляху відновлення економіки у післявоєнний період.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасних економічних умовах переважання концепцій непрямого державного управління, корпоративного громадянства та соціально відповідальної поведінки як форми організації праці фізичних осіб, під-

приємців, підприємств, ініціюються та набувають розвитку різні форми міжсекторного партнерства, зокрема, такі як корпоративна соціальна відповідальність.

У багатьох країнах із високим розвитком економіки інститут соціальної відповідальності бізнесу є результатом інтенсифікації діяльності транснаціональних компаній. Вони застосовують цей інститут для підвищення престижу своїх компаній, а також його розвиток сприяє зниженню напруженості їхньої діяльності. Поступово ці процеси призвели до того, що соціальна відповідальність стала компонентом контрольних дій, які проводяться з боку громадянського суспільства та держави.

Поняття "соціальної відповідальності" можна охарактеризувати як "певні етичні межі, в яких окремі особи чи корпорації беруть на себе відповідальність за виконання свого громадянського обов'язку та дії, які принесуть користь суспільству загалом. В умовах, коли підприємство чи особа розглядає можливість вжити заходів, які можуть завдати шкоди навколишньому середовищу чи суспільству, ці дії вважають соціально безвідповідальними. Відповідно до цієї концепції, менеджери повинні приймати рішення, які не тільки максимізують прибуток, але й захищають інтереси спільноти та суспільства загалом" [6].

Соціальна відповідальність підприємств у сучасних економічних реаліях стає обов'язковою для бізнесу, адже "сучасні тенденції розвитку свідомості населення потребують відповідних змін у стратегії компаній. Споживачі все більше усвідомлюють такі питання, як зміна клімату, нерівність доходів населення, диспропорції в охороні здоров'я, гендерна нерівність" [3, с. 58].

Корпоративна соціальна відповідальність є досить широким поняттям, яке може набувати різних форм залежно від сфери діяльності суб'єкта господарювання та галузі його функціонування. Заходи із соціальної відповідальності можуть допомогти зміцнити взаємозв'язок між працівниками та підприємством, допомогти працівникам та роботодавцям почуватися більш пов'язаними із подіями зовнішнього середовища суб'єкта господарювання. За допомогою програм корпоративної соціальної відповідальності, благодійних організацій та волонтерських зусиль підприємства можуть приносити користь суспільству одночасно просуваючи свої бренди.

Корпоративна соціальна відповідальність застосовується у різних сферах бізнесу, проте ступінь участі залежить від впливу зацікавлених сторін, розмірів та основних пріоритетів суб'єкта господарювання. У світовій практиці діяльність у сфері соціальної відповідальності сприймається як прагматичний напрямок бізнесу та є одним із інструментів, який дозволяє:

1. Зміцнити репутацію та імідж. Добросовісна та соціально відповідальна практика ведення бізнесу призводить до зміцнення репутації та іміджу суб'єкта господарювання в очах широкого загалу та ділової спільноти. Соціально відповідальна поведінка підприємства проявляється у скороченні витрат, взаємодії з органами влади, підвищенні привабливості підприємства як роботодавця.

2. Підвищити якість управління бізнесом. Соціально відповідальне ведення бізнесу знаходить безпосе-

редне відображення у підвищенні якості управління діяльністю. Суб'єкти господарювання, які дотримуються соціально-відповідальної практики ведення бізнесу, отримують такі переваги, як підвищення продуктивності праці персоналу, скорочення операційних витрат, а також збільшення обсягів продажів та зростання лояльності клієнтів.

3. Підвищити інвестиційну привабливість. Дотримання принципів етичної, соціально та екологічно відповідальної практики ведення бізнесу призводить до підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання. Це, своєю чергою, проявляється у поліпшенні фінансових показників діяльності суб'єкта господарювання і відкриває більші можливості доступу до капіталу.

Спочатку соціальна відповідальність бізнесу існувала виключно як ініціатива від підприємців. Традиційним поглядом на корпоративну соціальну відповідальність є думка, що це добровільний внесок бізнесу в розвиток соціальної та екологічної сфер суспільства, який часто не пов'язаний безпосередньо з основною діяльністю суб'єкта господарювання. Як правило, у такій інтерпретації йдеться про відповідальність перед співробітниками та діловими партнерами, трохи рідше — перед місцевими спільнотами, і дуже рідко — перед населенням країни загалом.

Взаємодія із державним сектором була і залишається основним, але не єдиним мотивом реалізації бізнесом політики соціальної відповідальності на всіх етапах її розвитку.

Держава виступає важливим суб'єктом фінансових відносин, оскільки, "крім виконання контрольної функції бере участь у розподілі створеної доданої вартості. Отже, корпорації змушені мати справу не тільки з конкурентом на ринку, а й із суб'єктом, який здійснює контроль за їх фінансовою діяльністю. З метою впливу на фінансовий стан корпорацій держава використовує цілий ряд інструментів. У свою чергу, корпорація намагається якомога ефективніше захистити свої власні інтереси у відносинах із державою, що потребує побудови відповідної системи комунікацій" [1, с. 51].

При цьому не всі суб'єкти господарювання усвідомлено розглядають корпоративну соціальну відповідальність як інструмент GR-стратегії, але практично всі наголошують на важливості присутності соціальної відповідальності бізнесу в діалозі із владою.

Government relations (GR) — це комплекс дій для вибудовування взаємозв'язків приватних структур із державними. Саме "процес управління поведінкою заінтересованих осіб, організацій та державних установ з метою забезпечення досягнення поставлених цілей визначається як стратегічні комунікації. Сутність GR-управління проявляється в цілеспрямованому управлінні такими комунікаціями. В умовах посилення ролі інформації як економічного ресурсу GR-менеджмент стає невід'ємною складовою корпоративного стратегічного менеджменту" [1, с. 51].

Представники суб'єктів господарювання використовують технології GR, щоб доносити до чиновників позицію свого керівництва та впливати на рішення державних органів на користь бізнесу. Щоб цього досягти, GR-фахівці організовують експертні конференції, створю-

ють програми розвитку, запрошують політичних діячів оцінити рівень діяльності тощо. Головним завданням при цьому є пошук балансу інтересів пересічних громадян (споживачів), влади та бізнесу. GR-технології допомагають компаніям отримати повністю легальну та довгострокову підтримку від влади.

Знаходження балансу між соціально відповідальною поведінкою та дотриманням меж відповідальності держави за соціальну сферу є для бізнесу сьогодні одним із основних завдань.

Стратегічне партнерство держави і бізнесу визначається як орієнтоване на досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку країни, її регіонів, довготривале та взаємовигідне співробітництво партнерів у економічній та управлінській сферах діяльності, засноване на спільному використанні належних їм ресурсів, реалізації спільних та узгоджених особливих інтересів, їх взаємної відповідальності.

У сучасній практиці серед форм стратегічного партнерства держави та бізнесу важливе місце належить державно-приватному партнерству.

Державно-приватне партнерство ґрунтується на довгостроковій кооперації бізнесу та держави, спрямованій на розвиток громадської інфраструктури. При цьому бізнес бере участь не лише у створенні інфраструктури, а й у її технічному обслуговуванні та експлуатації, тим самим діючи на користь держави. Це система відносин приватної та публічної сторін, за якої ресурси приватної сторони експлуатують для створення або відновлення об'єктів з метою надання громадських послуг.

Згідно законодавства України "державно-приватне партнерство — це співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних державних органів, що здійснюють управління об'єктами державної власності, органів місцевого самоврядування, Національною академією наук України, національних галузевих академій наук (державних партнерів) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій (приватних партнерів), що здійснюється на основі договору та відповідає ознакам державно-приватного партнерства" [4].

Угода про державно-приватне партнерство (ДПП) передбачає певну форму відносин, в якій приватна сторона протягом тривалого терміну надає послуги, експлуатує або будує об'єкти інфраструктури, тим самим роблячи внесок у розвиток важливих сфер суспільства. Подібна форма взаємодії громадського та приватного сектору дозволяє уникнути провалів ринку та прямого державного втручання.

Таким чином, соціальні функції, які традиційно перебували у сфері контролю та відповідальності держави, можуть виконуватись спільно з приватною стороною. Подібна кооперація передбачає поділ ризиків, а також залучення приватного капіталу до суспільної інфраструктури.

У рамках цієї форми співробітництва бізнес допомагає державі виконувати функції щодо надання суспільних благ та розміщення ресурсів, полегшуючи навантаження на держбюджет, як і у разі соціальної відповідальності.

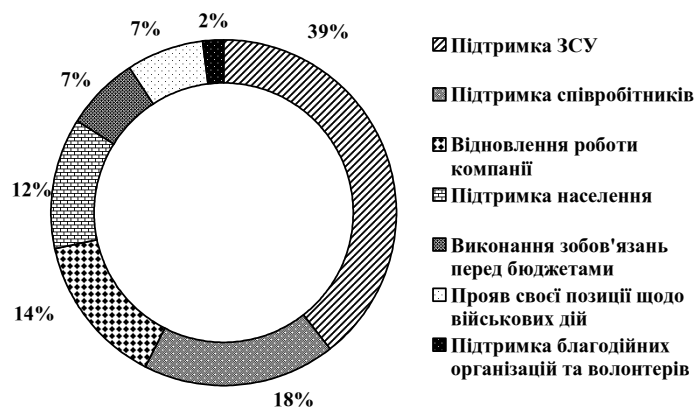


Рис. 1. Думка громадськості щодо важливості здійснюваних соціальних проєктів суб'єктами господарювання під час дії військового стану

Джерело: побудовано авторами на основі [5].

Суспільне благо є загальним складовим елементом як державно-приватного партнерства, так і корпоративної соціальної відповідальності. Соціальною метою державно-приватного партнерства є залучення нових джерел ресурсів для покращення якості суспільного життя, що також співпадає із цілями корпоративної соціальної відповідальності.

Залучення механізмів та інструментів ДПП переводить відносини держави та бізнесу у суспільній сфері на якісно новий рівень: відносини стають партнерськими, що включають узгодження прав та обов'язків сторін у контрактних відносинах, замінюючи тим самим вертикаль і прямий вплив держави.

Нові форми співробітництва держави та приватного бізнесу сприяють досягненню поставлених цілей та залученню додаткового капіталу. Державно-приватне партнерство передбачає такі позитивні характеристики партнерства, як зменшення витрат, пов'язаних із експлуатацією та утриманням обладнання, економія на масштабах виробництва, застосування інновацій. Усе це дозволяє спрямувати ефект економії фінансування інших соціально важливих об'єктів. Вищий рівень робіт і послуг гарантується мотивацією приватного сектора в отриманні доходів від своїх вкладень.

Угоди такого роду між державним та приватним сектором несуть у собі приховану загрозу паразитування приватного сектору. Однак орієнтація на виконання приватних зобов'язань та включення елемента соціальної відповідальності до угод про ДПП породжує взаємовигідне партнерство між усіма залученими суб'єктами.

У періоди економічного спаду програми корпоративної соціальної відповідальності першими підпадають під скорочення, але коли державно-приватне партнерство збігається з місією бізнесу, з'являється шанс вигідного співробітництва для суспільства та для бізнесу.

Умовою успішного розвитку державно-приватного партнерства є наявність плану та структури управління для уникнення протиріччя цілей, які ставлять перед собою кожен із партнерів. Увага має приділятися тому, як проєкт ДПП сприяє розвитку громадських структур. Він має як мінімум відповідати програмам розвитку території та як максимум представляти спільне бачення держави, суспільства та бізнесу.

Державній стороні досить часто не вистачає знань та досвіду у проектуванні, створенні та управлінні відпо-

відним інфраструктурним об'єктом. У такому разі необхідність активного залучення до проєкту приватного партнера зростає. Програми державно-приватного партнерства характеризуються спрямованістю на забезпечення конкретних суспільних благ, що в кінцевому підсумку вирішує масштабні нагальні проблеми, такі як забруднення навколишнього середовища або соціальна нерівність.

Співпраця між державою та приватними суб'єктами господарювання для отримання взаємовигідних результатів, що є предметом державно-приватного партнерства, може стати одним із способів спрямування фондів соціальної відповідальності на пріоритетні напрямки розвитку. Держава є безпосереднім учасником у визначенні цілей та реалізації проєктів, у зв'язку з чим приватний партнер може спрямовувати кошти на проєкти, що стосуються пріоритетних напрямів розвитку, одночасно досягаючи корпоративних цілей.

Державно-приватне партнерство як механізм інфраструктурних інвестицій та вкладень у соціальну сферу є універсальним засобом корпоративної соціальної відповідальності. Соціальна сфера як фінансовий інвестиційний проєкт дає більше шансів об'єкту бути рентабельним та залучати нових споживачів. Для приватної сторони участь у таких проєктах може означати покращення іміджу, вихід на новий рівень, а також залучення інтелектуальних ресурсів. Соціальні інвестиції для державного сектору вирішують важливі завдання, які стоять перед суспільством, а також гарантують залучення інноваційних підходів, приватного партнера.

У сучасних реаліях економічне середовище в Україні зазнає кардинальних змін під впливом повномасштабної війни Росії проти України, яка несе негативні наслідки на економічні процеси. Війна обумовила нові вектори щодо ролі та розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Через надзвичайний стан співвідношення витрат і доходів суб'єктів господарювання значно змінилося не в кращу сторону. Проте, розмір витрат підприємств на соціальну відповідальність не зменшився, а навпаки зріс. Основну роль у такому збільшенні витрат відіграла громадянська позиція власників бізнесу та їхніх працівників. В умовах війни одним із основних завдань українських підприємств стали підтримка держави, Збройних сил України, а також власних працівників (рис. 1).



Рис. 2. Частка участі суб'єктів господарювання за галузевою ознакою у проектах соціального спрямування під час дії військового стану

Джерело: побудовано авторами на основі [5].

Згідно з результатами опитування, яке здійснила дослідницька компанія Factum Group Ukraine, важливим для громадськості наразі є те, щоб великі компанії та представники малого бізнесу під час військових дій в Україні "в першу чергу підтримували Збройні Сили України та захисників (39%), а далі — своїх співробітників (18%). Також важливо, щоб суб'єкти господарювання відновлювали та продовжували свою діяльність (якщо дозволяє ситуація) (14%) і підтримували населення (12%)" [5].

За рік військових дій "близько 67% українських підприємств реструктурували свої бюджети та додали соціальну відповідальність як окремий пункт бюджету балансу" [2]. Найбільший розмір різного роду допомоги від представників українського бізнесу надходить від "підприємств, що працюють у сфері телекомунікацій та мобільного зв'язку (46%), виробників продуктів харчування та суб'єктів господарювання харчової промисловості (38%), логістики та доставки (34%), банківської сфери та фінансового сектору (32%), компаній ІТ сектору (28%)" [5] (рис. 2).

Представники українського бізнесу й під час війни продовжують сповідувати цінності сталого розвитку та соціальної відповідальності. Основними напрямками їхньої соціально відповідальної діяльності стали:

- 1) гуманітарна допомога населенню;
- 2) підтримка медичних закладів;
- 3) евакуація та розміщення населення з районів бойових дій;
- 4) організація сховищ для населення.

Нажаль війна триває, щодня руйнуючи наші міста та села, цивільні та військові об'єкти, об'єкти промисловості, енергетичну, транспортну та соціальну інфраструктуру. На думку економістів ООН, через повномасштабну війну "економіка України у 2022 році скоротилася на більш ніж 35% через масове руйнування інфраструктури, зокрема залізничного та інших сполучень із сусідніми країнами, дорожньої мережі та мостів. Порушено виробничу і торговельну діяльність, є великі втрати робочої сили через міграцію або призов до армії" [7].

Головне, що представники бізнесу в Україні та світі вірять у перемогу України та післявоєнну відбудову. Тому 2023 рік для України має стати початком відновлення економіки.

Механізм державно-приватного партнерства слід адаптувати для залучення інвестицій на швидку відбудову зруйнованої інфраструктури. Населенню потрібне житло, дітям потрібні дитячі садки та школи, а бізнесу — можливість відновлювати свої потужності для зміцнення економіки.

Тому до участі у відбудові економіки нашої країни державі потрібно долучати представників приватного бізнесу. З цією метою слід створити цікаві умови та формати співпраці, які будуть взаємовигідними для обох партнерів.

Для представників бізнесу ДПП надасть можливість зайти у проекти зі стабільним попитом та гарантованими джерелами фінансування. А держава отримає спосіб залучити досвід та приватний капітал у відбудову інфраструктурних об'єктів, а також можливість знизити свої витрати чи розтягнути їх у часі, особливо коли достатнього обсягу ресурсів у потрібний момент не вистачає.

Необхідність балансування інтересів держави та бізнесу на різних фазах життєвого циклу партнерства обумовлена оновленням складу та пріоритетів їх інтересів під впливом змін внутрішніх та зовнішніх умов його функціонування. Серед головних перспектив поєднання соціальної відповідальності бізнесу та ДПП є: ефективніше управління як державною, так і комунальною власністю, новий рівень публічних послуг для населення та представників бізнесу, можливість використання новітніх технологій, значне зниження навантаження на державний бюджет, а також удосконалення процесів розподілу видатків на публічні послуги та утримання об'єктів інфраструктури.

ВИСНОВКИ

Система соціальної відповідальності бізнесу в європейській практиці є одним із найбільш оптимальних механізмів соціального розвитку та інституційної модернізації економіки. Бути соціально відповідальним у тренді світових змін у сучасних умовах, це сприяє зростанню ділової привабливості, зміцненню репутації, підвищенню стійкості та капіталізації суб'єктів господарювання. Це дозволяє представникам бізнесу створити умови для формування економічних та соціальних переваг, які визначають прозорість діяльності та успіх.

Загалом можна стверджувати, що майбутнє в конкурентній боротьбі за стратегіями, які включають практику соціальної відповідальності, що враховує як стратегічні інтереси бізнесу, так і потреби зовнішніх стейкхолдерів, у тому числі головного — держави. Майбутнє там, де корпоративна соціальна відповідальність справді вбудовується у стратегію суб'єкта господарювання, стають зрозумілими напрями соціальних інвестицій та визначаються партнери, які допомагають ці вклади здійснювати максимально ефективно. Цими партнерами можуть виступити також організації громадянського суспільства, співпраця з якими суттєво підвищує ефективність соціальної відповідальності представників бізнесу.

Стратегічний розвиток механізмів для підвищення ефективності ДПП дозволять кожному з партнерів угоди отримати свої переваги та свою вигоду від взаємодії. Застосування різних механізмів реалізації ДПП та вміння вибрати найбільш ефективний механізм для конкретного проєкту сприятиме не лише підвищенню ефективності їх реалізації, а й розвитку регіональної та національної економіки загалом.

Література:

1. Бабіченко В. В. GR-менеджмент як складова корпоративної стратегії в інформаційній економіці. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 22. С. 51—53.
2. Букреєва Д., Денисенко К. Соціальна відповідальність бізнесу як основа забезпечення ділової активності підприємств: євроінтеграційний аспект. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316>
3. Кузьмін О. Є., Станасюк Н. С., Уголькова О. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2021. Вип. 3. № 2. С. 56—64.
4. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 р. № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text>
5. Соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни. URL: <https://cases.media/en/news/socialnavidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini>
6. Indeed Editorial Team. What Is Social Responsibility? Types and Examples. 2021. URL: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility>
7. World Economic Situation and Prospects 2023. United Nations. 2023. 176 p. URL: <https://desapublications.un.org/publications/world-economic-situation-and-prospects-2023>

References:

1. Babichenko, V. V. (2015), "GR-management as a component of corporate strategy in the information economy", Investments: practice and experience, vol. 22, pp. 51—53.
2. Bukreieva, D. and Denysenko, K. (2022), "Social responsibility of business as a basis for ensuring business activity of enterprises: European integration aspect", Economy and society, vol. 38, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1316> (Accessed 6 Mar 2023).

3. Kuzmin, O. Ye., Stanasiuk, N. S. and Uholkova, O. (2021), "Social responsibility of business: concept, typology and factors of formation", Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development, vol. 3, No 2, pp. 56—64.

4. The Verkhovna rada of Ukraine (2010), The Law of Ukraine "On public-private partnership", available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (Accessed 6 Mar 2023).

5. cases.media (2022), "Social responsibility of business in the conditions of war", available at: <https://cases.media/en/news/socialnavidpovidalnist-biznesu-v-umovakh-viini> (Accessed 6 Mar 2023).

6. Indeed Editorial Team (2021), "What Is Social Responsibility? Types and Examples", available at: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/social-responsibility> (Accessed 6 Mar 2023).

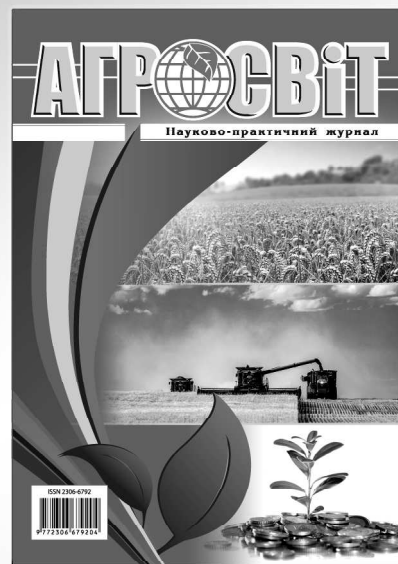
7. United Nations (2023), "World Economic Situation and Prospects 2023", available at: <https://desapublications.un.org/publications/world-economic-situation-and-prospects-2023> (Accessed 6 Mar 2023).

Стаття надійшла до редакції 23.03.2023 р.

АГРОСВІТ

www.agrosvit.info

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

**Журнал включено до переліку
наукових фахових видань України
з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)**

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292