

Л. С. Морозова,

д. е. н., професор, професор кафедри фінансів,

Київський державний торговельно-економічний університет, м. Київ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2231-0558>

О. М. Міх,

к. е. н., викладач, Київський фаховий коледж прикладних наук, м. Київ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1056-776X>

DOI: 10.32702/2306-6814.2024.8.38

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

L. Morozova,

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department
of Finance, Kyiv State University of Trade and Economics, Kyiv

O. Mih,

PhD, Lecturer, Kyiv Vocational College of Applied Sciences, Kyiv

SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS: CURRENT STATE AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Статтю присвячено теоретичним засадам розвитку соціальної відповідальності бізнесу, розглянуто та виокремлено особливості сучасних підходів та переважальних напрямів у розвитку соціальної відповідальності. Визначено, що бізнес завдяки соціальній відповідальності стає більш стійким в економічному, соціальному та правовому плані, отримує можливість збільшення своїх нематеріальних активів та зростання конкурентних переваг. Проаналізовано пріоритетні напрями соціальної діяльності вітчизняних компаній, у тому числі і у сучасних умовах воєнного стану. Підкреслено, що в Україні соціально орієнтовані практики набули особливого значення та акценту в період військової агресії. Обґрунтовано, що сьогодні бізнес зацікавлений не тільки в отриманні прибутку і скороченні витрат, але і в тому, щоб мати достатньо ресурсів для виробництва та зробити персонал лояльним, а відносини з державою — легкими. Саме тому, формування вітчизняної моделі соціальної відповідальності бізнесу повинно бути направлено на розвиток державно-приватного партнерства за участю урядових організацій.

The article is devoted to the theoretical foundations of the development of social responsibility of business, features of modern approaches and prevailing trends in the development of social responsibility are considered and highlighted. It was determined that due to social responsibility, business becomes more sustainable in economic, social and legal

terms, gets the opportunity to increase its intangible assets and increase competitive advantages. The priority areas of social activity of domestic companies, including in modern conditions of martial law, are analyzed. It is emphasized that in Ukraine, socially oriented practices gained special importance and emphasis during the period of military aggression. It was determined that today in Ukraine there is a development of social responsibility of business, but, unfortunately, at a very slow pace. The development of social responsibility of business in our country is affected by such negative factors as: misunderstanding of the essence, goals and importance of introducing the principles of socially responsible behavior, lack of state support for its stimulation, etc., especially in the conditions of martial law. It is justified that today business is interested not only in obtaining profit and cost reduction, but also in having enough resources for production and making staff loyal, and relations with the state — easy. That is why the formation of a domestic model of social responsibility of business should be directed to the development of public-private partnership with the participation of government organizations. The proposed approach to the process of formation and implementation of public-private partnership in ensuring social responsibility of business will allow to achieve positive results in environmental, economic, political and social spheres, and achieve the goals of sustainable development both at the level of enterprises and the economy as a whole, radically change the relationship between the state and the authorities, expand the level of public administration and increase the efficiency of the use of budget funds.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, державно-приватне партнерство, сталий розвиток, підприємства, бізнес.

Key words: social responsibility of business, public-private partnership, sustainable development, enterprises, business.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

У розвинених країнах світу важливою формою вирішення проблем справедливості, включаючи соціально-трудові, є ідея соціальної відповідальності бізнесу, яка по суті є соціальним інститутом, який регулює безліч, у тому числі і соціальних проблем в умовах ринку. Концепція соціальної відповідальності стала одним з провідних напрямів руху розвитку світової економіки в останні роки. Корпоративна соціальна відповідальність передбачає відповідальне ставлення компанії до свого продукту, споживачів, працівників, а також допомогу у розв'язанні гострих соціальних проблем. У зв'язку з цим досить актуальним є завдання аналізу або оцінки рівня соціальної відповідальності, як окремих бізнес-одиниць, державно-приватних партнерств так і в цілому інституту соціальної відповідальності країни, з метою аналізу та можливості зіставлення ефективності реалізованої в них політики в цій сфері.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Значний внесок у дослідження науково-практичних засад формування, розвитку та реалізації соціальної відповідальності бізнесу зробили вітчизняні науковці, серед яких: О. Березіна, А. Блакита, О. Васирик, Т. Гавриленко, В. Геєць, О. Грішнова, А. Колот, М. Мельник, Д. Нагаївська, В. Онищенко, Н. Орлова, О. Павликівська, О. Попадюк, Л. Селіверстова, Н. Ткаченко, І. Царик, В. Шаповал, А. Чухно та інші. Водночас, визнаючи вагомість наукового внеску згаданих фахівців у розвиток теоретичних та практичних основ обраної проблеми, узагальнення їхніх результатів свідчить, що питання впровадження принципів сталого розвитку, зокрема соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах є актуальним та своєчасним. Отже, потребують подальшого дослідження сучасні тенденції розвитку соціальної відповідальності бізнесу та перспективи подальшого впровадження цілей сталого розвитку у вітчизняну практику.

ВИДІЛЕННЯ НЕВИРІШЕНИХ РАНІШЕ ЧАСТИН ЗАГАЛЬНОЇ ПРОБЛЕМИ

Сучасне суспільство розвивається в нестабільних та швидкозмінних умовах. Внутрішній та міжнародний ринки характеризуються зростаючим рівнем конкуренції, яка вимагає пошуку оптимізації як внутрішнього, так і зовнішнього середовища бізнес-структур з метою максимально ефективного використання свого потенціалу, можливостей та мінімізації загроз. Оскільки бізнес як частина суспільства має суттєвий вплив на його розвиток, все більшого значення набуває питання його соціальної відповідальності.

Цінність розвитку соціальної відповідальності бізнесу полягає в мінімізації компаніями негативних наслідків своєї виробничої діяльності, у вирішенні проблем глобального, регіонального та місцевого розвитку, у формуванні атмосфери передбачуваності, довіри та спільних цінностей в суспільстві. Бізнес завдяки соціальній відповідальності стає більш стійким в економічному, соціальному та правовому плані, отримує можливість збільшення своїх нематеріальних активів та зростання конкурентних переваг.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є дослідження теоретичних засад розвитку соціальної відповідальності бізнесу, визначення основних переваг розвитку в сучасних умовах, формулювання пріоритетних напрямів подальшого впровадження в сучасну вітчизняну практику.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Соціальна відповідальність бізнесу дозволяє підтримувати базові цілі сталого розвитку, що є надзвичайно важливим для світової економіки. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні почався не так давно, проте вітчизняний бізнес непогано проявив себе. Війна внесла свої корективи і напрями соціальної активності у нашої країні.

Наслідки військової агресії РФ призвели до визначення нових пріоритетів і задач в області забезпечення сталого розвитку із залученням у цей процес більш широкого кола суб'єктів. Післявоєнне відновлення України буде проходити з урахуванням вектора сталості. Це потребує значних ресурсів і консолідації зусиль держави, міжнародних організацій та національного бізнесу.

Під час пандемії тисячі і мільйони гривень було передано лікарням та лікарям. Після початку війни пріоритетними напрямками соціальної діяльності компаній стали:

- підтримка ЗСУ та бійців у зоні військових дій (допомога із спорядженням, збір коштів на озброєння, техніку, харчування, медикаменти тощо);
- надання житла і працевлаштування вимушених переселенців;
- соціальне житлове будівництво;
- забезпеченість лікарень медичним обладнанням та медикаментами;
- будівництво шкіл і дитячих будинків;
- реалізація соціальних проєктів;
- реабілітація та адаптація ветеранів.

Останній пункт є дуже важливим, адже кількість ветеранів зростає щомісяця. Переважна більшість із них планує або вже відкрила свій бізнес і, згідно з прогнозами експертів, саме ветеранський бізнес стане рушійною силою української економіки на наступні десятиліття. Ветерани не тільки відкривають власний бізнес, вони забезпечують робочими місцями військовослужбовців, активно допомагають українським бійцям та волонтерам [1].

Сьогодні в Україні спостерігається розвиток соціальної відповідальності бізнесу але, на жаль, дуже повільними темпами. Розвиток соціальної відповідальності бізнесу у нашій країні зазнає впливу таких негативних факторів, як: нерозуміння суті, цілей та важливості запровадження принципів соціально відповідальної поведінки, відсутності державної підтримки її стимулювання тощо, особливо в умовах воєнного стану.

Стимулами впровадження соціальної відповідальності, на думку менеджменту вітчизняних компаній (за даними дослідження [2; 3, с. 13], стало б введення пільгового оподаткування, зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади та надання ними пропозицій щодо програм соціального розвитку регіонів. Ці дані свідчать про високий рівень залежності українських компаній від держави. Друга група стимулів — публічне визнання, підвищення рівня довіри й лояльності споживачів і громади.

Вважаємо, що це може свідчити про те, що вітчизняні підприємства готові впроваджувати в своїй діяльності соціальну відповідальність, але їм не вистачає досвіду та потрібна зовнішня допомога в наданні інформації і знань.

І стимулами, і перешкодами для вітчизняних компаній є зовнішні чинники. Це свідчить про те, що українські компанії не сприймають соціальну відповідальність як політику, яка інтегрується в бізнес-стратегію компанії і є чинником конкурентної переваги на ринку. Очевидно, це зумовлено нерозумінням самої суті соціальної відповідальності та її переваг. Проте зовнішній стимул — чітко сформована стратегія держави могла стати б сильним поштовхом у розвитку соціальної відповідальності вітчизняних компаній.

Отже, сьогодні бізнес зацікавлений не тільки в отриманні прибутку і скороченні витрат, але і в тому, щоб мати достатньо ресурсів для виробництва та зробити персонал лояльним, а відносно з державою — легкими. Саме тому, формування вітчизняної моделі соціальної відповідальності бізнесу повинно бути направлено на розвиток державно-приватного партнерства за участю урядових організацій.

Державно-приватне партнерство за своєю суттю є співпрацею державної і приватної сторін, спрямованою на виконання військових, економічних і соціальних завдань, які стоять перед країною, має значний потенціал, який активно використовується розвиненими країнами та країнами, що розвиваються. Незважаючи на глибоке історичне коріння, даний феномен лише у відносно недавньому минулому почав закріплюватися на інституціональному та юридичному рівнях, представляючи особливий інтерес для вітчизняних дослідників.

Розвиток державно-приватного партнерства прямо пов'язаний з існуючим інституціональним середовищем,

формальними і неформальними практиками, нормами, процедурами, які формуються державою. Державно-приватне партнерство сприяє досягненню рівності між державою та недержавним сектором, так як партнерство передбачає наявність компромісів між сторонами. Партнерство між двома сторонами стимулює спільне визначення цілей, прийняття рішень на основі консенсусу, створення неієрархічних і горизонтальних структур та процесів, виникнення неформальних відносин, побудованих на довірі, синергічну взаємодію між партнерами, і спільну відповідальність за результати спільної діяльності [4, с. 4].

Вважаємо, що державно-приватне партнерство у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу доцільно розглядати як інститут, заснований на сукупності формальних та неформальних правил, спрямованих на організацію спільної діяльності держави, органів місцевого самоврядування та бізнес-структур з метою задоволення інтересів суспільства, в рамках якої на рівних правах задовольняються соціальні, економічні, екологічні та правові інтереси сторін.

На практиці можна виділити 3 основні підходи до регулювання соціально відповідальної діяльності бізнесу:

- саморегулювання;
- мегарегулювання;
- взаєморегулювання.

На сьогодні вітчизняні бізнес-структури самостійно та усвідомлено приймають рішення щодо соціальної спрямованості свого бізнесу — такий підхід можна визначити як саморегулювання.

Підхід, заснований на мегарегулюванні передбачає здійснення прямого регуляторного впливу державою на бізнес-структури, які вимушені виконувати поставлені перед ними задачі та завдання щодо ведення соціально відповідального бізнесу. Такий підхід властивий соціалістичним країнам, та, частково країнам з перехідною економікою.

Підхід, заснований на взаєморегулюванні направлений на вирішення соціальних, економічних та екологічних проблем країни та галузі, у якій функціонує бізнес відповідно до національних та міжнародних вимог та стандартів. У рамках такого підходу держава виступає ініціатором розвитку соціальної відповідальності бізнесу та розробляє нормативно-правову базу й регуляторні акти, здійснює опосередкований вплив, а бізнес-структури самостійно приймають рішення щодо ведення соціально відповідального бізнесу на умовах, що не перешкоджають цілям їх розвитку та загальній стратегії. Така взаємодія відбувається в рамках державно-приватного партнерства.

При підході, заснованому на державно-приватному партнерстві, реалізація соціальної відповідальності може проявлятися у наступних напрямках:

- в рамках оптимізації витрат бізнес-структур і місцевих органів влади;
- в частині розподілу відповідальності за вирішення проблем між усіма учасниками процесу;
- в більш ефективній реалізації проектів, в тому числі через, подвійний контроль з боку місцевих органів управління та бізнес-структур [5, с. 78];

— в залученні додаткових інвестицій, отриманні податкових пільг, участі у державних програмах, наданні фінансової допомоги;

— делегуванні деяких функцій прийняття рішень в ході експертиз, консультацій і спільної розробки нормативно-правових актів та цільових програм;

— наданні методологічної та консультаційної допомоги і т.д.

Відповідно, важливим ефектом від впровадження такого підходу є забезпечення збалансування інтересів бізнес-структур, держави та громад, що припиняє потік безсистемних і нескінченних вимог та запитів, неможливість задоволення яких негативно позначається на іміджі підприємства та може призвести до наростання сили протестного впливу [5, с. 78].

Формування та реалізація державно-приватного партнерства у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу полягає у вдосконаленні інституційного, інфраструктурного, інформаційно-методичного, організаційного середовища, публічності реалізації проектів, експертизи, методів оцінки доцільності та результатів реалізації проектів.

Інструментами формування та реалізації державно-приватного партнерства у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу є нормативно-правові акти; міжнародні стандарти; найкращі світові практики; система стимулювання сталого розвитку; система оподаткування; система державного контролю; соціальна звітність (фінансова та нефінансова).

Ефект від реалізації державно-приватного партнерства у забезпеченні соціальної відповідальності можна поділити на складові.

Економічний ефект є величиною фінансових потоків, отриманих в результаті реалізації взаємної угоди або проекту, вимірюється фінансовими показниками такими як дохід, чистий прибуток, зростанням вартості капіталу бізнес-структури.

Соціальний ефект дозволяє виявити вплив від реалізації взаємної угоди, проекту, зокрема у рамках зовнішнього аспекту: шляхом зміни рівня життя населення, підвищення соціальних стандартів та у рамках внутрішнього аспекту: покращення умов праці робітників підприємств-учасників проектів, їх соціальної забезпеченості.

Взаємозв'язок соціального та економічного ефектів обумовлюється впливом на якість життя громадян безпосередньо залучених до формування та реалізації державно-приватного партнерства у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу.

Екологічний ефект, є сукупністю кількісно-якісних показників покращення екологічної ситуації на підприємстві та в регіоні (місті, селищі, місцевості, в країні в цілому), у таких проявах як: ефективність використання природних ресурсів та збереження природоєкологічних фондів (забрудненість стічних вод, переробка сміття, використання екологічно-небезпечних матеріалів у виробництві, при наданні послуг та особистісному споживанні, зменшення кількості викидів і т.і.) та поява нових об'єктів, спрямованих на охорону навколишнього середовища.

Політичний ефект, полягає у підвищенні політичної довіри до органів влади та підвищенні ділової репутації

бізнес-одиниць-учасників, що дозволяє підвищити рівень конкурентоспроможності бізнес-структур, органів влади та країни в цілому.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

У сучасному світі соціальна відповідальність стала помітною рисою свідомого бізнесу. В Україні соціально орієнтовані практики набули особливого значення і акценту в період військової агресії.

Відомі компанії мають певні зобов'язання перед своїми працівниками і суспільством поза вимогами законодавства. Як правило, що більш успішний бізнес — то ширше коло соціальних зобов'язань він бере на себе. Втілюються вони у формі певних програм і практик, спрямованих як в середину компанії, так і назовні.

Внутрішня соціальна відповідальність стосується передусім працівників. Відповідальний роботодавець дбає про гідні умови праці, стабільну зарплату, медичне і соціальне страхування. Компанії, які розуміють силу і цінність людського капіталу, інвестують в навчання працівників і надають їм різнобічну допомогу в складних ситуаціях. Не забуваючи про головний виклик, кращі компанії підтримують співробітників, які стали на захист України, та вживають заходів з реінтеграції колег, що повертаються з війни (від можливої реабілітації до зустрічі в колективі).

Зовнішня соціальна відповідальність бізнесу це в широкому сенсі турбота про суспільство, всіх стейкхолдерів поза самою компанією. Найчастіше проявляється через благодійність. Традиційно це заходи з охорони навколишнього середовища та допомога державі, громадам і окремим людям у кризових ситуаціях, таких як війна, техногенні аварії чи стихійні лиха.

Запропонований підхід до процесу формування та реалізації державно-приватного партнерства у забезпеченні соціальної відповідальності бізнесу, дозволить досягти позитивних результатів у екологічній, економічній, політичній та соціальній сферах, і досягти цілей сталого розвитку як на рівні підприємств так і економіки в цілому, кардинально змінити взаємовідносини держави та влади, розширити рівень державного управління та підвищити ефективність використання бюджетних коштів.

Література:

1. Соціально відповідальний бізнес під час війни. URL: <https://finstream.ua/soczialno-vidpovidalnyj-biznes-pid-chas-vijny-2024/>
2. Соціально відповідальний бізнес в Україні: URL: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf.
3. Seliverstova L., Losovska N.. Features of the formation of business social responsibility in Ukraine. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 14. С. 11—15.
4. Brinkerhoff F., Brinkerhoff M. Public-Private Partnerships: Perspectives on Purposes: Publicness, and good governance. Public administration and development. 2011. Vol. 31, 3—14. P 4—5.
5. Мацьків Р. Особливості організації процесу управління соціальною відповідальністю підприємств нафтогазового комплексу. Галицький економічний вісник. Т.: ТНТУ, 2015. Том 48. № 1. С. 71—82.

6. Селіверстова Л. С., Лосовська Н. В. Підходи до формування організаційно-економічного механізму управління соціальною відповідальністю бізнесу. Економіка та держава. 2019. № 7. С. 13—16.

References:

1. FinStream (2024), "Socially responsible business during wartime", available at: <https://finstream.ua/soczialno-vidpovidalnyj-biznes-pid-chas-vijny-2024/> (Accessed 15 March 2024).
 2. UN (2024), "Socially responsible business in Ukraine", available at: http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf (Accessed 15 March 2024).
 3. Seliverstova, L. and Losovska, N. (2019), "Features of the formation of business social responsibility in Ukraine", Investytsiyi: praktyka ta dosvid, vol. 14, pp. 11—15.
 4. Brinkerhoff, F. and Brinkerhoff, M. (2011), "Public-Private Partnerships: Perspectives on Purposes: Publicness, and good governance", Public administration and development, Vol. 31, pp. 4—5.
 5. Mats'kiv, R. (2015), "Peculiarities of the organization of the social responsibility management process of oil and gas complex enterprises", Halyts'kyj ekonomichnyj visnyk, vol. 48, no. 1, pp. 71—82.
 6. Seliverstova, L. and Losovska, N. (2019), "Approaches to the formation of organizational and economic mechanism for managing business social responsibility", Ekonomika ta derzhava, vol. 7, pp. 13—16.
- Стаття надійшла до редакції 27.03.2024 р.*

<https://nayka.com.ua>

Електронне фахове видання

Ефективна
ЕКОНОМІКА

Виходить 12 разів на рік

**Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)
Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292**

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663