

## СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

доц. **Костюченко Н.М.**,

студент гр. МК-31 **Макаренко Є.В.**

*Сумський державний університет (Україна)*

Сучасні тенденції розвитку НТП, підвищення вимог до процесу виробництва та механізмів поведінки з відходами, а також зміна структури відносин власності породжують закономірну потребу у соціалізації бізнесу.

Запровадження програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) надає низку переваг підприємству:

- 1) підвищення мотивації та ефективності роботи працівників (кожен з працівників усвідомлює себе членом суспільства і вважає дії програми доцільними та правильними);
- 2) збільшення ефективності виробництва (виникає потреба у пошуку нових методів виробництва зі зменшенням впливу на навколишнє середовище і т. д.);
- 3) поліпшення репутації підприємства, що полегшить процес просування продукції, позбавить від ризику втрати ринків та, можливо, відкриє доступ до нових;
- 4) формування стабільного психологічного клімату на підприємстві (надання працівникам послуг, які передбачає програма соціалізації, стимулюватиме їх до більш ефективної праці) [1].

Програма КСВ має включатися в стратегію діяльності підприємства вже при її розробці та відповідати його місії та пріоритетам, зважаючи на те, що дана програма може бути вигідна не лише споживачам, а й бізнесу. На даний час створюються передумови для виникнення ситуації, коли не розробляючи програму соціалізації, підприємства ризикуватимуть не вистояти в конкурентному середовищі, бо проблеми навколишнього середовища та людського фактору набувають дедалі більшої важливості.

Також у світі існує досить цікаве та перспективне явище, коли підприємство обирає собі партнерів, керуючись оцінкою їх діяльності з соціальної точки зору. Наприклад, якщо потенційний партнер виробляє неякісну продукцію або завдає своєю діяльністю шкоди навколишньому середовищу чи співпрацює з нелегальними організаціями тощо, то підприємство однозначно виключається зі списку партнерських пропозицій [2]. Результатом такої політики може стати ситуація, коли негативна з соціальної точки зору діяльність стане не вигідною, що зумовить відмову від неї, поліпшить стан ринку загалом та стане причиною соціального перевороту в інших сферах.

В Україні КСВ не є поширеною, хоча і існують деякі фактори мотивації підприємців до її підтримання. До таких факторів належить підтримка широкомасштабних проєктів, а саме Глобального Договору Організації Об'єднаних Націй (ГД ООН) [3], який провадить поширення КСВ у напрямках дотримання стандартів умов праці, прав людини, протидії корупції та інших.

На сьогоднішній день в Україні існує близько 2400 компаній, що приєдналися до ГД ООН, але порівняно з загальною кількістю суб'єктів зі статусом юридичної особи в державі, ця цифра є мізерною. Також негативною тенденцією є те, що компанії, які підписують ГД ООН, не завжди дійсно готові брати на себе соціальну відповідальність, а лише підписують договір з метою поліпшення репутації. За статистикою GRI 19 українських компаній у 2013 році взагалі не подавали звітності про свою соціальну відповідальність [4].

На даний момент ми можемо прослідкувати деякі тенденції, які стосуються вибору партнерів підприємствами в Україні:

- підприємства та інші установи намагаються співпрацювати в першу чергу з владними інститутами;
- є схильність до зосередження власності «в одних руках»;
- не зважаючи на реалізацію програми з приватизації, що дозволила передати значну частину власності до рук працівників підприємств, реальної їх участі в процесі розпорядження нею не відбувається [3].

В Україні, як і в інших країнах світу, існують специфічні особливості формування явища КСВ, адже це явище не має чітко окреслених законом норм, воно засновується на моральних цінностях та догмах того суспільства, в якому формується. У нашій державі концепція соціальної відповідальності ще не сформована, але вже зараз можна перелічити потреби та інтереси, на які було б доцільно звернути увагу при її розробці. На нашу думку, це прозорість системи сплати податків і механізму ціноутворення; участь підприємців у розбудові інфраструктури міст; зниження ступеня забруднення виробничими відходами; конкуренція, заснована на чесності та порядності; можливість отримати повну та правдиву інформацію про продукцію тощо.

Для зародження явища КСВ необхідні сприятливі економічні умови в країні. Ми виділили деякі особливості ситуації в Україні, які ускладнюють розвиток соціальної відповідальності бізнесу:

- 1) розвиток процесу КСВ головним чином залежить від стану та ефективності господарської діяльності в країні. На даний час вітчизняні підприємства знаходяться в кризовому стані, що унеможливує приділення уваги соціальній відповідальності;
- 2) необхідність розвитку КСВ не підкріплена законодавчо. Чинники становлення української КСВ носять здебільшого мотиваційний характер та ніяким чином не зобов'язують підприємців бути прихильниками процесу становлення КСВ в державі, через що явище розвивається стихійно та повільно;
- 3) у результаті реформи з приватизації багато об'єктів соціальної інфраструктури не були використані за призначенням, а розпродалися підприємцям, що гостро ставить питання про відкуп та відновлення цих будівель [5].

Хоча серед українських підприємств поняття КСВ не є поширеним, на території держави розміщені філіали транснаціональних корпорацій, які практикують та сприяють поширенню соціальної відповідальності. До них належить корпорація «Кока-Кола Беведржис Україна», «Сіменс Україна», «Вітамарк Україна», «Ніссан Мотор Україна», «Тетра Пак Україна» та інші. Вони дотримуються десяти принципів ГД ООН [3] та надають річну звітність за своєю діяльністю, що робить можливим дослідження та аналіз можливостей розвитку КСВ в Україні на практиці.

Таким чином, соціальна відповідальність бізнесу в Україні та світі є закономірною проблемою, яка стосується не лише працівників та суспільства в цілому, але й самих підприємців. З огляду на те, що в нашій державі явище корпоративної соціальної відповідальності за певних причин не набуло широкого розвитку, насамперед доцільною є розробка законодавчої бази, яка передбачатиме встановлення суворих вимог щодо уведення явища КСВ до обов'язкових аспектів діяльності підприємств України. Успішна реалізація політики соціалізації бізнесу дозволить Україні вийти на новий щабель ринкових відносин та стане поштовхом для початку змін в інших сферах життя суспільства, включаючи трансформацію менталітету, що є що наразі вкрай необхідним нашій державі.

1. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? // Журнал «Києво-Могилянська Бізнес Студія». – №10. – 2005. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.management.com.ua/cm/cm037.html>
2. Принципи ООН з соціальної відповідальності інвесторів (PRI). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.unpri.org>
3. Офіційний сайт мережі ГД ООН в Україні. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/howtojoin/benefits>.
4. Глобальної ініціативи зі звітності (GRI). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.globalreporting.org>.
5. Аналітичний звіт «Корпоративна соціальна відповідальність в Україні 2005-2010: стан та перспективи розвитку»: Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності», 2010. – 56 с.

Костюченко, Н.М. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні [Текст] / Н.М. Костюченко, Є.В. Макаренко // Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції імені проф. Балацького О.Ф., м. Суми, 27 травня 2015 р. / За заг. ред.: О.В. Прокопенко, М.М. Петрушенка. - Суми : СумДУ, 2015. - С. 152-154.