

ОГЛЯД ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО БІЗНЕСУ В ЄС

Захаркіна Л. С.,

доцент кафедри фінансів і підприємництва, кандидат економічних наук,

Сумський державний університет,

l.zaharkina@finance.sumdu.edu.ua

ORCID: 0000-0003-1002-130X

Новіков В. М.,

аспірант кафедри фінансів і підприємництва,

Сумський державний університет,

vlad.nov.1996@gmail.com

ORCID: 0000-0002-8266-9300

У роботі проаналізовано підходи науковців і сутнісні характеристики соціальної відповідальності бізнесу як чиннику зростання його привабливості та довіри з боку суспільства. Метою дослідження є визначення дефініції «соціальна відповідальність бізнесу», вивчення історичних аспектів його становлення. Окремо проводиться аналіз закордонного досвіду, а саме країн ЄС, у розвитку етичних ділових принципів поведінки суб'єктів економічних відносин та інструментів по їх системному дотриманню.

У процесі дослідження встановлено, що соціально спрямований бізнес слідує за виконанням прийнятих у власну корпоративну стратегію етичних кодексів та нормативних актів. Соціальні принципи взаємодії стосуються відповідального ставлення до екології, дотримання трудового законодавства щодо умов праці по відношенню до найманих працівників, здійснення соціальних інвестицій в освітні, спортивні, екологічні та наукові програми для зростання соціального, інноваційного та культурного капіталу в країні. З'ясовано, що соціально налаштована активність компаній формує довірливе ставлення до себе з боку міжнародних партнерів та інвесторів, що у кінцевому підсумку позначається на фінансовому результаті.

У статті акцентується увага на такому моменті як соціальне інвестування, а також передумов розвитку кооперації між бізнесом, громадським сектором та державними установами у формуванні соціальної стійкості. На основі аналізу показників соціальної активності бізнесу у країнах Європи виявлено стрімко зростаючу динаміку соціальних інвестицій, з огляду на скорочення кількості соціально спрямованих проєктів, щодо підтримки корпоративного та соціально орієнтованого бізнесу.

Наголошено увагу на підвищеній актуальності впровадження корпоративної соціальної відповідальності українськими підприємствами та комунікації з суспільством через відсутність поширення етичних практик та низької взаємодії. Для України є критично важливою необхідність перейняття європейського досвіду для розробки власної моделі соціально відповідального управління, що може виступати предметом для подальших досліджень, та її поєднання з національними традиціями та особливостями взаємодії щоб знизити негативні наслідки для всіх зацікавлених сторін.

Ключові слова: *соціально відповідальний бізнес, корпоративна відповідальність, стратегія управління, етична поведінка, соціальна стійкість.*

DOI: 10.21272/1817-9215.2021.1-32

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Станом на сьогодні бізнес-структури все більше інтегруються у глобальний економічний простір, а тому не можуть існувати ізольовано від суспільства. З огляду на це взаємодія бізнесу і суспільства стає більш тіснішою, зростає потреба у вирішенні проблем щодо соціального забезпечення працівників, активного впровадження навчальних програм, пільгових гарантій та захисту. Окрім того більш гостро постає питання співіснування бізнесу та навколишнього середовища. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу передбачає врахування екологічної складової щодо контролю впливу діяльності на довкілля особливо, що стосується промислових викидів у повітря, забруднення ґрунтів та якості продукції.

Врахування інтересів та вирішення проблем цільових груп матиме позитивні наслідки не тільки щодо якості здоров'я та підвищення продуктивності праці, а й пожвавленні ділової активності бізнесу і його прибутковості. Досвід країн ЄС щодо досліджуваної проблематики є яскравим прикладом для дослідження та потребує уваги.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Серед науковців приділено значної уваги до проблеми соціальної відповідальності бізнесу та необхідності її впровадження у стратегію діяльності бізнес-одиниць. Зокрема Гітіс Т. П. та Собчук А. Г. [1], пропонують розглядати закордонний досвід впровадження корпоративної соціальної відповідальності як приклад етичного ставлення до суспільства та довкілля. Досліджуючи переваги та недоліки реалізації такої концепції вчені констатують підвищення продуктивності праці та привабливості серед інвесторів. Вагомим недоліком науковці вважають відхід від класичної мети існування бізнесу – отримання прибутку. Схожої думки дотримуються також Комарова К. В. та Ковальчук Н. В. [2], які наголошують на необхідності введення принципів соціальної відповідальності у корпоративну стратегію діяльності компаній. Розглядаючи соціальну відповідальність як один з ключових принципів побудови стратегії розвитку підприємства, вчені, окрім підвищення стандартів та якості життя населення, умов праці, звертають увагу на можливі ризики, що стосуються зростання витрат на одного працівника, більш легковажного ставлення до роботи, декларування соціальної відповідальності лише на папері. Досліджуючи складові елементи програми становлення бізнесу як суспільно відповідального Резнік Н. [3], вважає, що основними стимулами для цього є можливість руху компанії в бік інновацій, зниження адміністративного та податкового тиску з боку держави, підвищення авторитетності як на мікро, так і на макрорівні. Гражевська Н. та Мостепанюк А. [4], розглядають впровадження системи соціальної відповідальності бізнесу як можливість нагромадження, окрім соціального також інтелектуального, культурного, та репутаційного капіталу. Дослідники підходять до висновку, що серед основних кроків по нарощенню зазначених видів нематеріальних форм капіталу є пропагування принципів соціальної відповідальності з боку держави та науково-дослідних установ, підтримка більш вигідним фінансуванням та пільгами для можливості набуття суттєвих конкурентних переваг та вигідних позицій на ринку. Розглядаючи різні загальносвітові моделі соціальної відповідальності бізнесу, а саме європейську, азійську та американську Ворончак І. О. [5], відкидає необхідність копіювання закордонного досвіду, а зосереджує увагу на його врахуванні у комплексі з традиціями, ментальністю та національними особливостями ведення підприємницької діяльності у кожній країні. Окрім зазначених авторів сутнісну природу та зростаючу потребу у соціально відповідальному бізнесі вивчали такі науковці як Бондарук Т. Г., Бондарук І. С., Лункіна Т. І., Власюк І. М., Клименко І. М., Захаркін О.О. та інші.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою цього дослідження є висвітлення базових аспектів та аналіз європейського досвіду, що стосується корпоративної соціальної відповідальності бізнесу і наслідків впливу його процесів на оточуюче середовище.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Соціальна відповідальність бізнесу – це набір прийнятих на добровільних засадах принципів відкритості прозорості, збалансованості, ефективності та адекватності, які дотримуються, у більшості, великі компанії у процесі прийняття управлінських бізнесових рішень. Прийняті рішення мають вплив на якість організаційного управління, захист екології, дотримання прав працівників та інтересів оточуючих суспільних мас, що змушує бізнес дотримуватись прозорої та етичної поведінки. Соціально спрямований бізнес розуміє наслідки своєї дестабілізуючої діяльності і тому переходить на більш екологічні засоби виробництва, стає більш соціально спрямованим як щодо свої підлеглих так і клієнтів, оточуючих людей. Варто відмітити, що не всі підприємства можуть дозволити собі впровадження соціальних програм та заходів. Наприклад, для малого бізнесу це може дорого коштувати в той час як великі корпорації мають достатньо ресурсів для покриття таких витрат.

Вважається, що бізнес є соціально відповідальним через те, що він орієнтується на підписані внутрішньодержавні та міжнародні нормативно-правові акти, етичні кодекси та стандарти, що ґрунтуються на засадах соціального партнерства, покращення екологічних, технологічних та суспільних умов співіснування. Дотримання зобов'язань щодо забезпечення соціально-економічних потреб внутрішніх та зовнішніх бенефіціаріїв, згідно з законодавчими нормами є також необхідною умовою процесу функціонування бізнесу [6].

Бондарук Т. Г. [6], виділяє три рівні регулювання під які підпадає бізнес у процесі становлення його соціальної відповідальності. Перший рівень стосується виключно державного регулювання, тобто вся регуляторна політика та вплив на підприємства здійснюють державні органи. Другий рівень передбачає взаємне управління процесами між державою та бізнесом на рівні. Головну роль у здійсненні соціальної відповідальності відіграють нормативні акти та ініціатива з боку бізнесових кіл, які узгоджені між собою. Третій рівень є найліберальнішим оскільки рішення по розробці соціально спрямованих заходів приймаються бізнесом самостійно.

Історично одним із засновників поняття і соціально відповідального напрямку розвитку корпоративного управління підприємствами є Г. Боуен. У своїй праці «Соціальна відповідальність бізнесмена» 1953 р. автор дав оцінку діяльності великих промислових груп, чия виробнича активність мала суттєві наслідки та вплив на населення. Г. Боуен дійшов до думки про необхідність розробки набору принципів відповідальної соціальної поведінки. Автор вважав, що відповідальність проявляється як "зобов'язання бізнесменів проводити таку політику, приймати ці рішення або слідувати тим напрямкам дій, які є бажаними з точки зору цілей і цінностей нашого суспільства".

Протестні настрої та радикально налаштована активність у суспільстві у 1960 роках ще сильніше загострила увагу на проблемі нерозповсюдженості соціально спрямованих практик серед бізнесу. Одним з відомих авторів того часу В. Фредеріком була представлена теорія ділової відповідальності, яка зосереджена на 5 елементах:

- врахування вартісних критеріїв для економічного виробництва та розподілу;
- застосування останніх новітніх концептуальних основ управління;
- розуміння того, що сучасний соціальний порядок має базуватись на історичних та культурних традиціях;
- визнання того, що кожен окремий бізнесмен виконує конкретну соціальну функцію у суспільстві;
- досягнення того, що без докладання важких ціленаправлених зусиль сформувані відповідальну ділову поведінку дуже складно.

Наприкінці ХХ ст. корпоративна соціальна відповідальність бізнесу стає більш затребуваною та інституціоналізується через настання глобалізації та розширення інтересів великих корпорацій на інші країни та континенти з метою посилення конкурентних позицій, настання соціальних змін у ставленні до цільових аудиторій та навколишнього середовища [7].

Розвиток соціальної відповідальності серед бізнесу у країнах ЄС має державорегулюючий характер поряд із суспільним контролем. Активну участь у процесі беруть державні установи, профспілки та муніципальні установи [5].

Популяризація принципів корпоративної відповідальності у ЄС починається з 1995 р., та їх офіційне оголошення у 2000 р. зі створення Європейських бізнесових мереж, які розповсюджують практики соціальної відповідальності серед підприємств.

На початку 2017 року країнами ЄС була прийнята Директива, яка наголошує на суворій необхідності бізнес-структурами оприлюднювати інформацію нефінансового та іншого змісту про свою діяльність у тому випадку, якщо кількість найманих працівників у ній перевищує 500 осіб. Також при підготовці щорічних звітів для громадськості має бути представлена інформація про економічні, екологічні та

соціальні наслідки роботи підприємства, про виникнення нових торговельних партнерів та якість співробітництва з уже існуючими [8].

Розглядаючи досвід Великобританії варто відмітити наявність у цій країні посади міністра, що слідкує за дотриманням корпоративної соціальної відповідальності, та понад 12 міністерств, що, на основі існуючих важелів, просувають етичні принципи на галузевому рівні. Також законодавством передбачене пільгове оподаткування щодо тих компаній, які дотримуються принципів етичного ставлення до працівників, заощадливо користуються енергетичними ресурсами.

Наприклад, у Франції за дотримання етичної поведінки бізнесом відповідальними є значна кількість владних установ як на високому рівні, так і на місцях. Серед таких є Міністерство екології та стійкого розвитку, Національна рада зі стійкого розвитку. Ця країна є першою в ЄС де прийнятий закон, що стосується корпоративного управління, та за яким підприємства мають подавати детальну нефінансову звітність.

Також варто звернути увагу на досвід Данії, де на початку 2000-х років був започаткований соціальний індекс за яким розраховується рівень соціальної відповідальності бізнесу, що базується на відповідях працівників аналізованої компанії та розрахованих коефіцієнтах [9]. Такий індекс є прикладом того, як суспільство може контролювати вплив діяльності підприємств на власний розвиток та за допомогою уряду мінімізувати негативні наслідки.

Окремою ланкою у системі корпоративної відповідальності бізнесу є соціальне інвестування. На думку Баюра Д. О. [10], за рахунок капіталовкладень у соціальний розвиток покращується кооперація між бізнесом, органами місцевого самоврядування та населенням, а також є перспективи розвитку державно-приватного партнерства. Окрім того, що бізнес дбає про права найнятих робітників, безпеку продукції, інтелектуальний та фізичний розвиток громадян, також це стосується дотримання правил здорової конкуренції, етичних стандартів ділової практики. Аналогічні думки висловлює в своїй роботі Захаркін О.О. [11].

Проаналізувавши статистичні дані (рис. 1) можемо відмітити зростаючу тенденцію соціально відповідальних інвестицій у ЄС. Так протягом 2005-2017 років такі інвестиції зросли в 21,5 рази. Якщо станом на 2005 рік інвестиційні вкладення нараховували трохи більше 6,9 млн. євро, то на кінець 2017 р. їх обсяг досяг майже 149 млн. євро.

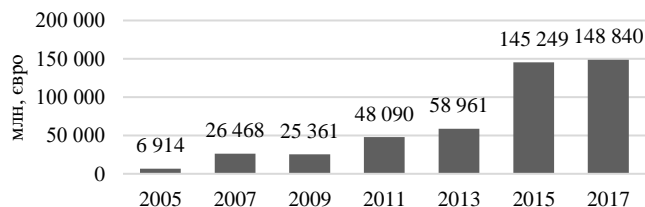


Рисунок 1 – Динаміка розвитку соціально відповідальних інвестицій у ЄС протягом 2005-2017 рр. (побудовано авторами на основі [12])

Участь бізнесу у соціальних проектах, що стосуються захисту прав споживачів та працівників, фінансування освітніх та наукових програм, розвиток волонтерської діяльності є важливим напрямком соціальної відповідальності. У випадку неможливості підприємством профінансувати соціальний проект важливою є підтримка з боку держави. У таблиці 1 наведено динаміку щодо кількості соціально спрямованих проектів у ЄС, кількість яких зросла з 12 021 до 36 143 на кінець 2018 р., та суттєве скорочення протягом 2019 р. Спадний рух спостерігається щодо підтримки соціально спрямованого бізнесу, з 142 557 проектів на кінець 2017 р. зменшення відбулось до 93 603.

Таблиця 1 – Кількість соціальних проєктів, реалізованих у країнах ЄС протягом 2014-2019 рр. млн євро.

	2014-2016 сумарно	2017	2018	2019
Кількість проєктів, повністю або частково реалізованих соціальними партнерами	12 021	21 256	36 143	13 542
Кількість проєктів, присвячених сталій участі та прогресу жінок у працевлаштуванні	9 958	11 708	11 944	6 495
Кількість проєктів, спрямованих на підтримку мікро-, малих та середніх підприємств (включаючи кооперативні / соціальні підприємства)	363 460	142 557	133 480	93 603

Джерело: складено авторами на основі [13]

Для України є дуже корисним досвід країн ЄС через відсутність ефективної стратегії соціальної відповідальності бізнесу перед власним народом, до того ж кількість компаній які надають звіти про соціальну активність та дотримуються етичних принципів є дуже не значною – 28,6% з 266 підприємств станом на середину 2016 р. [4]. У результаті цього зростає недовіра населення до бізнесу, нехтування правилами поведінки на робочому місці, скорочується соціальний капітал, зростає байдужість до екологічних наслідків від промислової діяльності.

Отже, впровадження механізму соціальної відповідальності суб'єктами бізнесу є необхідним завданням. Користю від цього є можливість налагодження взаємозв'язків з іноземними діловими партнерами, міжнародними організаціями, залучення в економіку більше інвестицій.

ВИСНОВКИ З ПРОВЕДЕНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Попри те, що соціально-етичні норми в Україні перебувають на етапі становлення, урядом уже є напрацьована нормативно-правова база, окремі складові якої підштовхують та зобов'язують вітчизняні компанії подавати звітність нефінансового соціально-екологічного спрямування.

Розвиток корпоративної соціальної відповідальності бізнесу у діяльності підприємств неможливий без контролю з боку суспільства та соціальних інститутів, створення потужної вітчизняної соціальної моделі, яка ґрунтується на етичних принципах та нормах ділової поведінки. Для цього має бути врахований успішний закордонний досвід з урахуванням національних особливостей управління. Важливу роль відіграє комунікація та активний діалог між громадськістю та бізнесом для досягнення цілей та врахування інтересів обох сторін. У прийнятті стратегічних рішень відповідальна фірма враховує думку акціонерів, персоналу та інших громадян у вирішенні загальних проблем. За рахунок активного впровадження етичних ділових принципів цілком можливим є формування соціальної стійкості бізнес-середовища.

SUMMARY

Zakharkina L. S., Novikov V. M. Overview of trends in the development of socially responsible business in the EU

The paper analyzes the approaches of scientists and the essential characteristics of corporate social responsibility as a factor in increasing its attractiveness and public confidence. The purpose of the study is to define the definition of "Social responsibility of business", to study the historical aspects of its formation. A separate analysis of foreign experience, namely the EU countries, in the development of ethical business principles of conduct of economic entities and tools for their systematic compliance. In the course of the research, it was established that socially oriented business monitors the implementation of codes of ethics and regulations adopted in its own corporate strategy. Social principles of interaction relate to a responsible attitude to the environment, compliance with labor laws on working conditions for employees, social investment in educational, sports, environmental and scientific programs for the growth of social, innovative and cultural capital in the country. It was found that the socially oriented activity of companies forms a trusting attitude towards themselves on the part of international partners and investors, which ultimately affects the financial result. cooperation between business, the public sector and government agencies in shaping social sustainability. Based on the analysis of indicators of social activity of business in European countries, a rapidly growing dynamics of social investment, given the reduction in the number of socially oriented projects to support corporate and socially oriented business. Emphasis is placed on the increased relevance of the introduction of corporate social responsibility by Ukrainian entrepreneurs and communication with society due to the lack of dissemination of ethical practices and low interaction. It is critical for Ukraine to adopt the European experience to develop its own model of socially responsible governance, which can be the subject of further research, and to combine it with national traditions and interactions to reduce the negative consequences for all stakeholders.

Keywords: socially responsible business, corporate responsibility, management strategy, ethical behavior, social stability.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Гітис Т.П., Собчук А.Г. Дослідження зарубіжного досвіду соціальної відповідальності бізнесу і можливості його адаптації до вітчизняних умов. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 3(49). С. 70–74. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/>.
2. Комарова К.В. Ковалючук Н.В. Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5-6(63). С. 25–30. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/>.
3. Резнік Н. Соціальна відповідальність бізнесу: сутнісно-теоретичні аспекти. *Журнал європейської економіки*. 2014. № 3. С. 296–303. URL: <http://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/756>.
4. Гражевська Н., Мостепанюк А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці. *Економіка*. 2018. № 2. С. 12–19. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2018_2_4.
5. Ворончак І.О. Національні моделі соціальної відповідальності бізнесу: особливості та механізм формування. *Економіка і суспільство*. 2018. № 17. С. 24–29. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/4.pdf.
6. Бондарук Т.Г. Бондарук І.С. Економічна природа організаційно-економічного механізму соціальної відповідальності бізнесу. *Економіка та управління*. 2020. №1-2. С. 57–64. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/4800>.
7. Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40991-018-0039-y>.
8. Соціальна відповідальність бізнесу. *Велика українська енциклопедія*. URL: <https://vue.gov.ua/>.
9. Деліні М.М. Державне регулювання соціально-економічної відповідальності підприємництва: європейський досвід. *Економічний аналіз*. 2017. № 4. С. 36–43. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1416>.
10. Баюра Д.О. Соціальне інвестування як вищий рівень корпоративної соціальної відповідальності. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. 2011. № 24. С. 212–218. URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/tppe/tppe_2011_24.pdf#page=212.
11. Захаркін О. О. Фактори формування вартості в контексті вартісноорієнтованого підходу управління підприємством. *Бізнес Інформ*. 2014. №7. С. 208–214.
12. Ethical investments in Europe - Statistics & Facts. *Global No.1 Business Data Platform*. URL: <https://www.statista.com/statistics/422435/socially-responsible-investments-europe-sustainability-themed/#statisticContainer>.
13. Final ESF Synthesis Report of Annual Implementation Reports 2019 submitted in 2020. URL: <https://op.europa.eu/en/home>.

REFERENCES

1. Gitis, T.P., Sobchuk, A.G. (2017). Research of foreign experience of social responsibility of business and possibilities of its adaptation to domestic conditions. *Economic bulletin of Donbass*, 3(49), 70–74. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/>.
2. Komarova, K.V. Kovaluchuk, N.V. (2016). Social responsibility as a component of business development strategy at ukrainian enterprises. *Innovative economy*, 5-6(63), 25–30. URL: <http://212.1.86.13/jspui/bitstream/123456789/>.
3. Reznik, N. (2014). Social responsibility of business: essential-theoretical aspects. *Journal of european economy*, 3, 296–303. URL: <http://jeej.wunu.edu.ua/index.php/ukjee/article/view/756>.
4. Grazhevskaya, N., Mostepanyuk, A. (2018). Corporate social responsibility as a factor of accumulation of the newest forms of capital in modern market economy. *Economy*, 2, 12–19. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2018_2_4.
5. Voronchak, I.O. (2018). National models of corporate social responsibility: features and mechanism of formation. *Economy and society*, 17, 24–29. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/17_ukr/4.pdf.
6. Bondaruk, T.G., Bondaruk I.S. (2020). The economic nature of the organizational and economic mechanism of social responsibility of business. *Economics and management*, 1-2, 57–64. URL: <http://194.44.12.92:8080/jspui/handle/123456789/4800>.
7. Agudelo, M. A. L., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 4(1), 1-23. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40991-018-0039-y>.
8. Corporate social responsibility. *Great Ukrainian encyclopedia*. URL: <https://vue.gov.ua/>.
9. Delini, M.M. (2017). State regulation of socio-economic responsibility of entrepreneurship: european experience. *Economic analysis*, 4, 36–43. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1416>.
10. Bayura, D.O. (2011). Social investment as the highest level of corporate social responsibility. *Theoretical and applied issues of economics*, 24, 212–218. URL: http://www.library.univ.kiev.ua/ukr/host/viking/db/ftp/univ/tppe/tppe_2011_24.pdf#page=212.
11. Zakharkin, O.O. (2014). Factors of Value Formation in the Context of Value-oriented Approach to Business Management. *Business Inform*, 7, 208–214.
12. Ethical investments in Europe - Statistics & Facts. *Global No.1 Business Data Platform*. URL: <https://www.statista.com/statistics/422435/socially-responsible-investments-europe-sustainability-themed/#statisticContainer>.
13. Final ESF Synthesis Report of Annual Implementation Reports 2019 submitted in 2020. URL: <https://op.europa.eu/en/home>.