

МОДЕЛІ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЛЯ МАЛОГО, СЕРЕДНЬОГО ТА ВЕЛИКОГО БІЗНЕСУ

Розвиток українського бізнесу, інтеграція України до світової економічної системи ставить перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане з соціальною відповідальністю. Сьогодні як на загальнонаціональному, так і на місцевому рівні є приклади активної соціальної відповідальності підприємців, гідні наслідування з боку їхніх колег, у тому числі іноземних. Проте приклади сучасного українського СББ поки що не є масовими і потребують стимулів у своєму розвитку. У даній статті досліджено стан соціальної відповідальності в Україні, виділено основоположні принципи функціонування СББ, запропонована класифікація соціально відповідальних ініціатив компаній та моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, соціальні проекти, стимули, моделі СББ для малого, середнього та великого бізнесу.

Развитие украинского бизнеса, интеграция Украины в мировую экономическую систему ставит перед украинскими компаниями новые вопросы, один из которых связан с социальной ответственностью. Сегодня как на общенациональном, так и на местном уровне есть примеры активной социальной ответственности предпринимателей, достойные подражания со стороны их коллег, в том числе иностранных. Однако примеры современного украинского СББ пока еще не являются массовыми и требуют стимулов в своем развитии. В данной статье исследовано состояние социальной ответственности в Украине, выделены основополагающие принципы функционирования СББ, предложенная классификация социально ответственных инициатив компаний и модели социальной ответственности для малого, среднего и крупного бизнеса.

Ключевые слова: социальная ответственность бизнеса, социальные проекты, стимулы, модели СББ для малого, среднего и крупного бизнеса.

The development of Ukrainian business, Ukraine's integration into the global economic system puts the Ukrainian companies before new issues, one of which is concerned with social responsibility. Today both on national and local levels there are examples of active social responsibility of entrepreneurs worthy of emulation by their colleagues, including foreign ones. However, examples of modern Ukrainian CSR are not yet widespread and need incentives in its development. This article investigates the status of social responsibility in Ukraine with emphasis on fundamental principles of CSR; offer the classification of social responsible initiatives of companies and models of social responsibility for small, medium and large business.

Key words: social responsibility of business, social projects, incentives, models of CSR for small, medium and large business.

Постановка проблеми. Соціальна відповідальність бізнесу (СББ) – це сучасна філософія поведінки бізнесу, зорієнтована на свідоме та системне врахування в діяльності підприємства інтересів зацікавлених сторін. А також добровільна ініціатива власника (керівника) компанії чи засновників організації з розроблення й реалізації певних соціально спрямованих, неприбуткових заходів, що мають на меті якісне покращення внутрішнього та зовнішнього для компанії або організації середовища.

Суб'єктом відповідальності в рамках СББ більшість дослідників вважають підприємство (юридичну особу). Наявність такого колективного суб'єкта актуалізує проблему персоніфікації суб'єкта відповідальності. Якщо суб'єкт управління деперсоніфікований, то питання про відповідальність вирішується достатньо складно.

Аналіз досліджень та публікацій. Питання соціальної відповідальності бізнесу нині розглядається багатьма закордонними та вітчизняними дослідниками, такими як Г. Алоні, І. Булесв,

Н. Діденко, А. Динкін, П. Друкер, А. Корчагін, М. Мескоц, І. Савченко, О. Ворона та інші.

Одним з перших, хто визнав переважання соціальної значимості діяльності підприємства над економічною, був американський підприємець Е. Карнегі. Його праці присвячені політичним та соціальним питанням. Так, найбільш відома стаття «Багатство» з'явилася у 1889 році та вміщує основні ідеї, які у 1900 році були представлені в науковій праці «Евангеліє процвітання». Він визначав необхідність виконання соціальних функцій підприємцями у формі благодійної діяльності, яку вважав обов'язковою у зв'язку з тим, що підприємство отримує гроші «за дорученням» суспільства, а тому повинно їх спрямовувати на вирішення гострих соціальних проблем [1, с. 14]. Отже, людина, що акумулює велике багатство є виключною людиною, яка зуміла використати свої природні таланти та енергію на рух суспільства, а тому її подальшим обов'язком є використання надлишку для «удосконалення суспільства».

Таким чином, ідеї соціальної відповідальності займають одне з провідних місць у бутті сучасного світу.

Виклад основного матеріалу. За останні роки в Україні відбувся значний поступ СВБ. На національному рівні він проявився таким чином [5]:

- з'явилися перші фахові організації, зокрема, українська мережа Глобального договору;
- велика кількість компаній декларують власну соціальну відповідальність, хоча небагато з них публікують звіти з СВБ і декларують на корпоративних веб сторінках діяльність у трьох і більше категоріях СВБ;
- існує група менеджерів, відповідальних за аспекти соціальної відповідальності українських компаній;
- щорічно проходить два великих заходи, присвячених СВБ, та близько двох десятків фахових форумів та семінарів;
- активізувався інформаційний потік щодо соціальної відповідальності (надання інформації громадськості, спеціалізовані джерела інформації тощо).

Проте, констатуємо фактом є те, що приклади сучасного українського соціально відповідального бізнесу поки що не є масовими і потребують стимулів для розвитку. Одним серед таких стимулів є наявність запропонованих моделей упровадження СВБ для малого, середнього та великого бізнесу.

Адже, для багатьох підприємців, які хотіли б впровадити практику соціально відповідального бізнесу у своїй компанії, і навіть за умови обізнаності з концепцією СВБ, залишається незрозумілим питання: а якою повинна бути політика соціальної відповідальності залежно від розміру бізнесу – малого, середнього чи великого?

Грунтуючись на вище сказаному, мета цієї статті полягає в описі стану соціально відповідального бізнесу в Україні, виділенні основоположних принципів функціонування СВБ,

класифікації соціально відповідальних ініціатив компаній та розробці моделей соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу в Україні розвивається досить складно. Більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії СВБ, перебувають на етапі дотримання законодавства та точкових добровільних проєктів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добровільну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії проводять проєкти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проєктів до власної соціальної відповідальності.

Діалог на тему СВБ в Україні загалом ведеться на рівні окремих проєктів та ініціатив, без прив'язки до точних показників, можливості чітко оцінити чи підтвердити досягнутий прогрес. В Україні ще не сформовані інститути всебічної оцінки діяльності компанії, які враховують соціальний, економічний та екологічний вплив їх діяльності (як позитивний так і негативний), та пов'язують такий вплив із національною стратегією сталого розвитку.

Безперечним є той факт, що неможливо розробити уніфіковану концепцію або модель соціальної відповідальності для всіх компаній у цілому. Кожне підприємство має свою специфіку діяльності, географічне розташування, певне фінансове становище та багато інших складових, які впливатимуть на рішення керівництва щодо власної концепції соціальної відповідальності підприємства.

Та все ж таки варто спробувати зробити поділ не за галузевим принципом, а швидше за величиною можливостей (величиною бізнес-підприємств) щодо провадження різноманітних соціально відповідальних ініціатив.

Основоположним для усіх видів бізнесу є юридична відповідальність, тобто функціонування відповідно із законом. А також фундаментальним повинен бути соціально відповідальний підхід до ведення бізнесу – керівництво соціальною відповідальністю при здійсненні кожного кроку в діяльності організації, при прийнятті кожного наступного та усіх рішень загалом. А практичною реалізацією СВБ до цих основоположних принципів є соціальні проєкти, можливості щодо реалізації яких залежать від розміру бізнесу.

Серед соціальних проєктів або соціально відповідальних ініціатив компаній можна виділити наступні:

1. Спрямовані на внутрішнє середовище компанії (орієнтовані на працівників компанії або модифікацію інфраструктури / виробництва).
2. Спрямовані на зовнішнє середовище компанії, які у свою чергу можна поділити на:

а). зовнішні проекти, що не відповідають ключовій бізнес-діяльності компанії (так звана корпоративна філантропія: фінансування спортивних команд, дітей-сиріт, підтримка виставок тощо);

б). зовнішні проекти, пов'язані з ключовою бізнес-діяльністю компанії (створення інформа-

ційних освітніх порталів компанією виробником програмного забезпечення, санітарні бюлетені у тисячах поліклінік, виготовлені компанією-виробником медичних препаратів).

Тож, запропоновані автором моделі соціальної відповідальності для малого, середнього та великого бізнесу зображені на рисунках 1, 2 і 3.

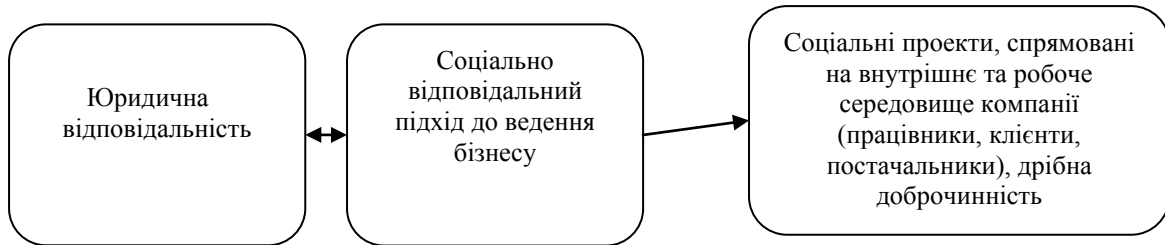


Рис. 1. Модель СВБ для малого та дрібного бізнесу [власна розробка]

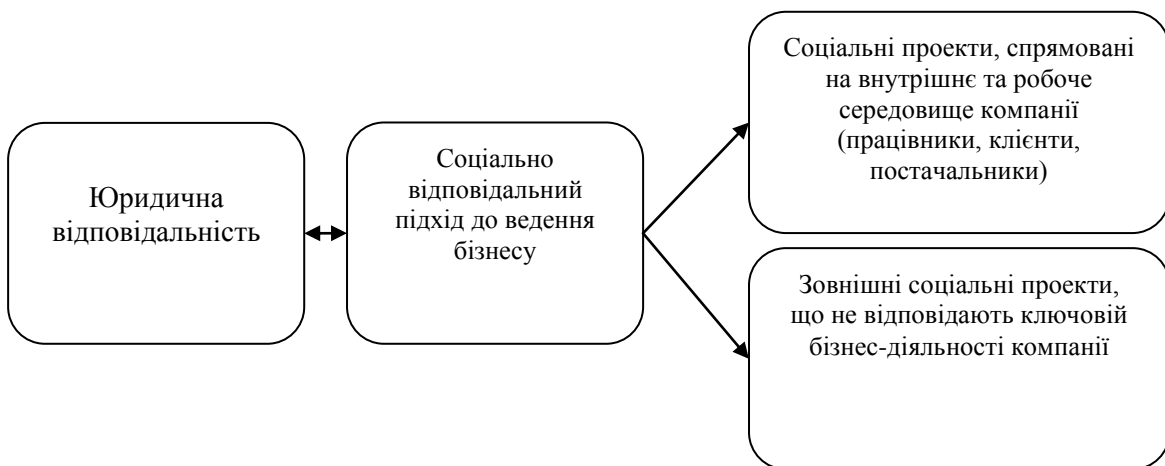


Рис. 2. Модель СВБ для середнього бізнесу [власна розробка]

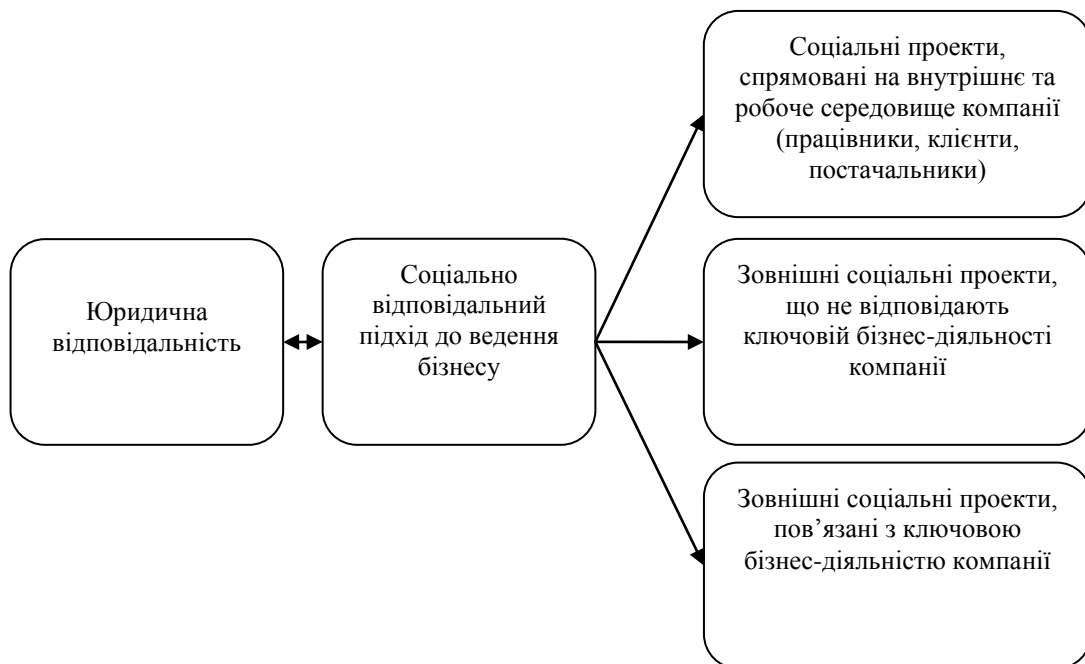


Рис. 3. Модель СВБ для великого бізнесу [власна розробка]

Це не означає, що малий чи середній за розміром бізнес не може реалізовувати проекти, пов'язані з їх ключовою бізнес-діяльністю. Проте зазвичай для здійснення таких ініціатив необхідні більші фінансові можливості, якими переважно володіє великий бізнес. Тому думається, що саме такі моделі СВБ на практиці притаманні відповідному за розмірами бізнесу.

Сучасний український соціально відповідальний бізнес стикається з багатьма перепонами на своєму шляху, дослідження і вирішення яких є нагальним завданням. Та безперечно потребує

стимулів для розвитку, серед яких важливим є наявність запропонованих моделей провадження СВБ для малого, середнього та великого бізнесу.

Висновки. Отже, краще і ширше впровадження СВБ українськими компаніями може допомогти створити нові ринки в Україні та за її межами, допомогти вирішити соціальні та екологічні проблеми, покращити доступ компаній з українським капіталом до міжнародних ринків, підвищити капіталізацію українських компаній та забезпечити сталий розвиток країни загалом.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вострухова В. Социокультурная регуляция благотворительной деятельности в современных российских бизнес-процессах : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. социол. наук : спец. 22.00.06. «Социология культуры, духовной жизни» / В. Вострухова – Москва, 2006. – 24 с.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність / Ф. Котлер. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2004. – 348 с.
3. Ворона О. Соціальна відповідальність як сучасна концепція бізнесу / О. Ворона // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 410–417.
4. Мельник С. Соціальна відповідальність бізнесу як складова соціальної політики України / С. Мельник // Економіка та держава. – 2008. – № 5. – С. 71–73.

Рецензенти: Мейжис І. А., д.пед.н., професор;
Калашнікова Л. В., к.соц.н., доцент.

© Мишковська О. П., 2012

Дата надходження статті до редколегії 30.09.2012 р.

МИШКОВСЬКА Олена Петрівна – здобувач кафедри суспільно-гуманітарних наук Української академії друкарства.

Коло наукових інтересів: соціальна відповідальність бізнесу (СВБ).