

СЕКЦІЯ 6 ДЕМОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА І ПОЛІТИКА

УДК 338.242

Попадюк О.В.
аспірант

Буковинського державного фінансово-економічного університету

ДЕЯКІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ

У статті проаналізовано основи формування та становлення соціальної відповідальності бізнесу. Подано сутність, конкретний зміст та передумови формування корпоративної відповідальності підприємства. Запропоновано авторське тлумачення сутності соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова: бізнес, держава, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна відповідальність бізнесу, передумови формування соціальної відповідальності бізнесу.

Попадюк Е.В. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА

В статье проанализированы основы формирования и становления социальной ответственности бизнеса. Приведены сущность, конкретное содержание и предпосылки формирования корпоративной ответственности предприятия. Предложено авторское видение сути социальной ответственности предприятия.

Ключевые слова: бизнес, государство, социальная ответственность бизнеса, корпоративная ответственность бизнеса, предпосылки формирования социальной ответственности бизнеса.

Popadyuk O.V. SOME ASPECTS OF THE FORMATION OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS

The article deals the formation processes of social responsibility in business. The author clarifies the nature, the specific content and conditions of formation in the context of corporate social responsibility in business. The article presents the essence of author's vision of socially responsibility of the company.

Keywords: business, the state, corporate social responsibility, the conditions of creation of social responsibility in business.

Постановка проблеми. Під кінець ХХ ст. світова економіка як сукупність національних господарств і недержавних утворень, а також їх економічних і політичних взаємин набуває нової якості. Найважливішою формою і одночасно новим етапом інтернаціоналізації господарського життя стає глобалізація.

У результаті глобалізації економіка більшої кількості країн і регіонів стає частиною світового ринкового господарства. Розвиваються інституційні, юридичні та технологічні бар'єри.

Найбільш динамічно розвивається процес фінансової глобалізації – зріс взаємозв'язок країн на основі збільшення обсягу і різноманітності міжнародних валютних, кредитних, фінансових, фондових, страхових операцій, а також інформаційних технологій. Ці операції контролюються в значному обсязі у світових фінансових центрах, а також в офшорних зонах.

Для глобального фінансового ринку характерне впровадження сучасних електронних технологій, засобів комунікацій та інформатизації, лібералізації національних ринків. Водночас процес нарощування соціальної активності бізнесу має глибокі історичні та соціокультурні передумови. Цей процес ініціюється не лише самими компаніями і бізнес-структурами, а й державою і суспільством у цілому [1].

Таким чином, постає питання про взаємну відповідальність влади, бізнесу та громадських інститутів. Для того щоб ініціювати процес розподілу соціальної відповідальності та збільшення кількості ступенів свободи підприємництва, необхідно чітко визначити баланс між державним регулюванням і вільним підприємництвом, виробити механізм передачі таких повноважень, забезпечити необхідний рівень готов-

ності та професійної спроможності бізнесу взяти на себе вирішення багатьох соціальних проблем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти ефективності соціальної відповідальності бізнесу доволі повно висвітлено в роботах таких зарубіжних авторів, як: М. Альбер, Ю. Благов, Г. Боуен, Т. Герет, Е. Карнегі, Р. Клоноскі, Р. Фрімен. Аналізу розвитку соціальної відповідальності бізнесу приділяли увагу вітчизняні дослідники, серед яких І. Акімова, Ю. Бегма, О. Вінніков, В. Геєць, О. Грішнова, А. Колот, Е. Лібанова, С. Мельник, О. Петров, В. Шаповал та ін. Сучасні вчені пропонують своє тлумачення поняття соціальної відповідальності, її видів і взаємодії з громадськістю [2; 3].

Разом із тим при наявності доробок зарубіжних і вітчизняних учених із цієї проблематики, залишаються ще недостатньо дослідженими аспекти формування соціальної відповідальності бізнесу, зокрема щодо їх особливостей.

Мета статті полягає в аналізі генезису формування такого явища, як соціальна відповідальність бізнесу, та окресленні основних особливостей становлення соціальної відповідальності бізнесу в сучасних умовах глобалізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний світ живе в умовах гострих соціальних проблем, тому особливо велике значення сьогодні набувають нові ефективні інструменти управління сталим розвитком. Як апробований ефективний інструмент забезпечення сталого розвитку компанії по всьому світу набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу. Розуміння лідерами бізнесу своєї особливої провідної ролі в такій роботі призвело до

виникнення в кінці ХХ ст. терміна «корпоративна соціальна відповідальність», який став найважливішою складовою частиною поняття про сталий розвиток не тільки бізнесу, а й людства в цілому.

Взагалі, можна говорити про синонімічність обох понять. На практиці представники бізнес-середовища вважають, що краще використовувати термін «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ), академічні кола, громадські організації – «соціальна відповідальність бізнесу» (СВБ). Обидва терміни є перекладом з англійської *corporate social responsibility*, тому, мабуть, коректніше буде використовувати термін «корпоративна соціальна відповідальність». Корпоративна соціальна відповідальність також має безліч інших назв: корпоративна відповідальність, облік корпоративної етики, корпоративна громадянська позиція, сталий розвиток, управління, потрійний критерій і відповідальний бізнес та ін., при цьому, як правило, мова йде про одну й ту ж концепцію.

Існує низка визначень СВБ. Для того щоб отримати більш чітке уявлення про те, з чим ми маємо справу, розглянемо декілька з них. За визначенням Європейського альянсу корпоративної соціальної відповідальності, КСВ – це концепція залучення соціальних і екологічних напрямів у діяльність бізнесу на засадах добровільності та взаємодії між усіма зацікавленими сторонами (групами впливу) [4]. Форум соціальної відповідальності бізнесу пропонує таке визначення: корпоративна соціальна відповідальність – це стратегія, що передбачає «...відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем» [5]. Міжнародна організація праці у своїй резолюції про сприяння життєспроможним підприємствам (прийнята у Женеві у червні 2007 р.) зазначає: КСВ – це добровільна ініціатива ділових кіл, яка стосується діяльності, що перевищує просту вимогу дотримання букви закону [5, с. 10].

На думку автора, соціальна відповідальність бізнесу – це сукупність зобов'язань, які відповідають специфіці і рівню розвитку компанії, що здійснюються добровільно, за рахунок коштів компанії з метою попередження соціального конфлікту як усередині підприємства, так і громади, держави, з метою поліпшення репутації та іміджу, зростання обсягів виробництва, підвищенні якості продукції та послуг, задоволення потреб споживачів, а також розширення партнерських зв'язків із державою, діловими партнерами, місцевими громадами та громадськими організаціями.

Компанії залежать від свого зовнішнього і внутрішнього середовища. Для того щоб компанія успішно і тривалий час функціонувала, вона повинна:

- бути соціальною відповідальною;
- інтегруватися у співтовариства (у місцеві зокрема), обслуговування яких і було метою створення цих організацій;
- взаємодіяти з різними суспільними групами.

Першою людиною, яка поставила питання про соціальну відповідальність бізнесу, був Ендрю Карнегі. Він сформулював два основних положення, на яких ґрунтується поняття соціальної відповідальності: перше – принцип благодійності, друге – принцип служіння [6].

Більш-менш упорядковані міркування на тему соціальної відповідальності корпорації почали вини-

кати близько 20–25 років тому. Не можна сказати, що до цього періоду компанії, які діяли в умовах ринкової економіки, вибудовували свою внутрішню і зовнішню соціальну політику безсистемно. У рамках корпоративного управління в різних країнах (і різних галузях) застосовувалися стандарти, що визначають принципи, процедури і параметри взаємовідносин власників із найманими працівниками та акціонерами, вироблялися базисні основи корпоративної етики, а також підходи до ресурсозбереження та охорони навколишнього середовища.

Але в кінці 70-х років минулого століття компанії в силу багатьох причин почали відчувати вплив із боку суспільства, профспілок, а потім і держави з приводу такої зміни їх відносин із зовнішнім світом, навколишнім середовищем і місцевим співтовариством, яке б більшою мірою відповідало зростаючим очікуванням суспільства. Усвідомивши, що в умовах зростаючої конкуренції не вдасться закрити очі на такі вимоги без втрати конкурентоспроможності, провідні компанії розвинених країн (насамперед США і Західної Європи) почали докласти зусиль із вироблення нових підходів до корпоративної політики, які можна визначити як «соціалізація» взаємин компаній із навколишнім середовищем і суспільством [7].

Називають різні причини, які підштовхнули бізнесменів (передусім великі компанії) до систематизації та соціалізації корпоративної політики, у тому числі:

- Посилення уваги суспільства до охорони навколишнього середовища після низки так званих «екологічних катастроф» і зростання тиску з боку суспільства на державу з вимогами вироблення більш жорстких стандартів з охорони навколишнього середовища та посилення норм екологічної безпеки.

- Вимоги з боку суспільства (громадських організацій і профспілок) щодо поліпшення соціальної політики корпорацій, упорядкування трудового законодавства, вироблення адекватних норм у сфері охорони праці.

- Зафіксована в низці незалежних досліджень за такими порівняно новими науково-прикладними напрямками, як маркетинг, брендінг і т. д., і «помічена» бізнес-спільнотою залежність зростання обсягів продажів і рівня капіталізації компаній від оцінки суспільством їх іміджу, репутації і сприятиме посиленню відповідальності в суспільному розвитку (включаючи оцінку споживачами товарів і послуг не тільки з позиції їх якості і ціни, але й з урахуванням тієї інформації, яку вони отримували з різних джерел про характер і відповідальність дій компанії щодо персоналу, партнерів, навколишнього середовища, місцевих громад) [8].

У результаті цілеспрямованої дослідницької роботи і практичних дій низкою великих західних компаній стала вироблятися нова корпоративна політика, що базувалася на понятті корпоративної соціальної відповідальності.

Досвід великих корпорацій показує, що сьогодні найбільш ефективними виявляються ті з них, які в практиці своєї діяльності керуються принципами корпоративного управління та соціальної відповідальності. При цьому система корпоративного управління є визначальною в забезпеченні інвестиційної привабливості підприємств і організацій, їх здатності адаптуватися до глобальних змін на макро- і мікрорівнях, а принципи корпоративної соціальної відповідальності забезпечують їм довгострокове дольове ставлення з боку клієнтів, співробітників, інших

зацікавлених сторін суспільства, що в кінцевому рахунку впливає на конкурентоспроможність бізнесу на національному і міжнародному ринках [9].

Наприклад, американський досвід показує, що ініціатором соціальної відповідальності бізнесу спочатку була федеральна влада. У 1977 р. Конгресом США був прийнятий документ, згідно з яким американським банкам пропонувалося робити інвестиції в ті території, на яких вони оперують. Community Reinvestment Act (CRA) і зараз залишається в США основним інструментом заохочення соціальної залученості банків на місцевому рівні. Ніяких каральних санкцій закон не передбачає. Банк не може бути позбавлений ліцензії або оштрафований за невиконання плану по community investment (вкладення в розвиток території, де оперує даний банк). Не існує чіткого плану таких вкладень, нав'язаного державою. Уряд просто виділив кожному банку «підшефну територію» і «прикріпив» його до місцевого урядового агентства, що спостерігає за ходом програми «комунального інвестування». В кінці року кожен банк звітував про виконану роботу. За підсумками звіту складається список активності банків у сфері соціальних інвестицій. Фінансові показники соціальної відповідальності банків публікуються найбільшими виданнями. Читач, який побачив в списку знайомі банки «не в перших рядах», поразився це ознакою їх фінансової неспроможності і став переводити свої рахунки в більш гідні фінансові інститути. Отримавши відчутні економічні втрати, банки усвідомили необхідність працювати на місцеву громаду.

Так під тиском клієнтів, громадської думки і преси американський бізнес повернувся в сторону всієї великої соціальної відповідальності. За рахунок теорії і практики «корпоративного громадянства» американське суспільство зуміло подолати кризу початку 1970-х років: знизило соціальну напруженість, пом'якшило расову проблему, відродило довіру населення до корпорацій [10].

Сьогодні велике значення у світовій економіці приділяється питанню соціальної відповідальності бізнесу, яке знайшло відображення в міжнародному стандарті ISO 26000 [11].

Слід зауважити, що соціальна відповідальність у нашій країні знаходиться в процесі становлення. Бізнес дотримується моделі, згідно з якою самостійно визначає міру своєї відповідальності за соціальний розвиток суспільства. Компаніям, щоб перейти на найбільш вищий рівень соціальної відповідальності, заважає низка важливих проблем, передусім відсутність реальних законодавчо встановлених норм регулювання відносин у цій сфері, які були б універсальними і широко використовуваними для всіх компаній. У більшості випадків на великих підприємствах використовується Національний стандарт ДСТУ ISO 26000 «Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги», який повністю ідентичний міжнародному стандарту ISO 26000: 2010 Guidance on social responsibility й який є дієвим інструментом і дає змогу, зокрема, оцінити ті чи інші програми в контексті загальної стратегії корпоративної соціальної відповідальності [12]. Застосування цього стандарту є добровільним. Але переважно ведеться політика примусового нав'язування компаніям із боку держави необхідності здійснення діяльності на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності, яка не призводить до бажаних результатів, так як керівництво компаній, з огляду на сьогоднішню нестабільність економіки в нашій країні, не дуже охоче розлучаються зі своїми доходами, вва-

жаючи за краще залишити щось у запасі. Держава, своєю чергою, зацікавлена в участі великих компаній у розвитку соціальної відповідальності бізнесу як браком фінансових коштів, і в принципі готова на партнерство і надання сприяння цьому процесу [13], тому для ефективного взаємовигідного співробітництва цих інститутів необхідне створення в Україні адекватного механізму державного регулювання соціальної відповідальності бізнесу.

Не менш важливою проблемою соціальної відповідальності в нашій країні є проблема взаємодії бізнесу, влади і суспільства під час розробки та реалізації соціальних програм бізнесу. Серед основних інструментів реалізації соціальних програм компанії виділяють такі: грошові гранти; благодійні пожертвування та спонсорська допомога; соціальні інвестиції; адміністративний/соціальний бюджет.

Висновки. Таким чином, із часу свого зародження корпоративна соціальна відповідальність бізнесу пройшла складну еволюцію і зазнала значних змін. Починаючи з кінця ХХ ст. концепція корпоративної соціальної відповідальності стала важливою частиною поняття стабільного розвитку не тільки бізнесу, але й суспільства в цілому. Постійно обговорюються проблеми соціально відповідальної поведінки бізнесу, його роль у соціально-економічному розвитку країни, можливості взаємодії з місцевою громадою; компанії готують соціальні звіти, займаються соціальним інвестуванням. Розповсюджуючи високі стандарти та принципи розвитку, а також приймаючи на себе відповідальність за результати своєї діяльності, компанії можуть розширювати довіру та порозуміння зі своїми стейкхолдерами та примножувати добробут суспільства.

Соціально відповідальні компанії здійснюють свою діяльність таким чином, щоб відповідати очікуванням суспільства, пов'язаним із дотриманням етичних, правових, благодійних, природоохоронних, комерційних і громадських принципів, або навіть перевершувати очікування, тобто як стати гідним корпоративним членом громадянського суспільства. Питання, пов'язані з упровадженням корпоративної соціальної відповідальності в практику діяльності вітчизняних компаній, а також підготовки висококваліфікованих фахівців з корпоративної соціальної відповідальності, є актуальними і вимагають невідкладних рішень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Устойчивый бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/formirovanie-korporativno-socialnoj-otvetstvennosti>.
2. Гордієнко Л.А. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу / Л.А. Гордієнко // Науковий вісник. Економічні науки: зб. наук. праць; МОНУ, БДФЕУ; гол. ред. В.В. Прядко. – Чернівці: Технодрук, 2014. – Вип. 27. – С. 429–433
3. Ігнатенко М.М. Соціальна відповідальність бізнесових структур у діяльності харчових підприємств / М.М. Ігнатенко // Економіка АПК. – 2015. – № 3. – С. 65–69.
4. Лазаренко О. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності: посібник із КСВ / О. Лазаренко, Р. Колишко, С. Куц [та ін.]. – К.: Енергія, 2008. – 96 с.
5. Яковлев П.О. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент менеджменту / П.О. Яковлев, Я.В. Приходчинко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/1_NIO_2011/Economics/77310.doc.htm.
6. Carnegie A. The Gospel of Wealth / A. Carnegie. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press. – 1900. – 432 p.
7. Петрушко І.Н. Внутренняя и внешняя среда организации. Социальная ответственность / И.Н. Петрушко. – М.: МЭИ, 2004. – 24 с.

8. Литовченко С.Є., Корсакова М.І. Корпоративна соціальна відповідальність: суспільні очікування / С.Є. Литовченко, М.І. Корсакова. – М., 2003. – С. 61.
9. Палацци М. Корпоративная социальная ответственность и успех в бизнесе / М. Палацци, Дж. Статчер. – М., 1997. – С. 17.
10. Керівництво з соціальної відповідальності ISO TMB / WG SR N 113). Дата прийняття проекту 2007 – 7 – 23. – Секретаріат SIS / ABNT, 2007. – 104 с.
11. ДСТУ ISO / CD 26000: 2009 – Системи управління соціальною відповідальністю. Вимоги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.klubok.net/Downloads-index-requestdownloaddetails-lid-347.htm>.
12. Устойчивый бизнес [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://csrjournal.com/9360-kso-v-ukraine-cinichnyj-utilitarizm-ili-aristotelevskoe-obshhee-bлаго.html>.

УДК 006.025+316.334.3:314.113-043.92(477)

Романуха О.М.

кандидат історичних наук,

доцент кафедри маркетингу та менеджменту

Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Статтю присвячено аналізу соціально-економічних наслідків старіння населення України. Розглянуто проблеми соціального характеру, значну увагу приділено розгляду економічних наслідків депопуляції. Відзначено потребу реформування пенсійної системи, проведення змін у соціальній сфері та економіці.

Ключові слова: населення, старіння, економіка, демографія, соціальна сфера, депопуляція.

Романуха О.М. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ СТАРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УКРАИНЫ

Статья посвящена анализу социально-экономических последствий старения населения Украины. Рассмотрены проблемы социального характера, значительное внимание уделено рассмотрению экономических последствий депопуляции. Отмечена потребность реформирования пенсионной системы, проведения изменений в социальной сфере и экономике.

Ключевые слова: население, старение, экономика, демография, социальная сфера, депопуляция.

Romanukha O.M. SOCIAL-ECONOMIC CONSEQUENCES OF UKRAINIAN POPULATION AGEING

This article analyzes the socio-economic impact of the aging population of Ukraine. The problems of a social nature, considerable attention is paid to the economic consequences of the depopulation. There was a need to reform the pension system, making changes in the social sphere and economy.

Keywords: population aging, the economy, demography, social sphere, depopulation.

Постановка проблеми. Демографічна ситуація багато в чому визначає стан економіки та соціальний рівень суспільства. Оскільки людина є не лише виробником, а й споживачем суспільних благ, ємкість внутрішнього ринку та економічний потенціал залежать саме від чисельності населення, його вікової характеристики. На момент проголошення незалежності Україна мала досить високі демографічні показники за чисельністю, але не віковими показниками. Починаючи з 70-х років ХХ ст. на пострадянському просторі смертність почала перевищувати народжуваність, а тим самим почали закладатися умови сьогоденішньої демографічної кризи. Вона має серйозні демографічні, економічні, суспільні, соціопсихологічні, культурні та медичні наслідки. Досить часто цей процес сприймається як загроза соціальному розвитку, процвітанню, благополуччю, нормальному зв'язку між поколіннями, інноваційному і технологічному розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дане питання породжує значний інтерес у наукових колах. Серед досліджень варто виділити роботи В. Альперович [1], І. Курило [2], Е. Лібанової [3], О.В. Макарова [4] та ін. Науковці торкаються різних аспектів, серед яких – необхідність реформування пенсійної системи; навантаження на працездатне населення; потреба модернізації сфери медичного обслуговування. Поряд із цим малодослідженими залишаються питання перебудови економіки, можливої зміни про-

мислової спеціалізації держави; розвитку соціальної політики, звернення уваги на питання міграції. Враховуючи це, потреба подальшої наукової розробки проблеми не викликає сумнівів.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні й аналізі соціально-економічних наслідків старіння населення України.

Реалізація поставленої мети досягається за допомогою вирішення конкретних завдань: розкрити економічні та соціальні наслідки старіння населення; показати перспективу розвитку української економіки на фоні демографічної кризи; виявити причини та можливі варіанти виходу з ситуації, що склалася.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прискорене старіння населення на тлі низької народжуваності та депопуляції в Україні є одним із тих феноменів, які матимуть довготривалий вплив на всі сторони життєдіяльності суспільства. Демографічне старіння своїми основними економіко-демографічними наслідками матиме: скорочення чисельності та частки трудоактивного населення (а відтак – формування з часом певного дефіциту робочої сили); збільшення демоєкономічного (і, відповідно, податкового) навантаження на працездатне населення; скорочення фінансових можливостей для соціального забезпечення в умовах загального зростання попиту на соціальні послуги з боку осіб літнього віку, самотніх, малозабезпечених.

Проте, виходячи з соціально-економічних позицій, найбільш суттєвим наслідком старіння насе-