

# СТАЛІЙ РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

УДК 351.84+303.09

## ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

**А. О. Мавріна**, к.е.н., старший викладач

**О. І. Карий**, д.е.н., доцент

**К. В. Процак**, к.е.н., доцент

Національний університет "Львівська політехніка"

*В статті розглянуто моделі американської та європейської корпоративної соціальної відповідальності. Виявлено проблеми впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Реалізація соціальної відповідальності в бізнес-процесах дасть компаніям можливість підвищити свою конкурентоспроможність і репутацію, підвищити продуктивність праці і персоналу, збільшити лояльність споживачів та держави, зменшити бізнес-ризик. Таким чином, для того, щоб інтегруватися в міжнародне співтовариство, українські підприємства повинні використовувати нові стандарти ведення бізнесу, які включають введення та реалізацію корпоративної соціальної відповідальності.*

**Ключові слова:** соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, бізнес, соціально відповідальна поведінка, міжнародні стандарти.

**Постановка проблеми.** Сьогодні, в зв'язку з глобальною економічною інтеграцією, в Україні відбувається зміна критеріїв соціально-економічного та загалом суспільного розвитку. Особливо це стосується взаємовідносин держави, суспільства та бізнесу. В сучасних умовах суспільний розвиток супроводжується зростанням соціальних проблем і ризиків, які держава не в стані вирішувати без суттєвої підтримки з боку бізнесу.

Світовий досвід свідчить про те, що функціонування та розвиток компаній, засновані не тільки на економічних, але й на соціальних факторах, дає бізнесу низку переваг. Впровадження соціальної відповідальності в бізнес-процеси дозволяє компаніям підвищувати конкурентоспроможність та зміцнювати репутацію, підвищувати продуктивність праці та задоволеність персоналу, підвищувати лояльність споживачів та влади, знижувати підприємницькі ризики. Тому для інтеграції у міжнародне співтовариство українським підприємствам потрібно переходити на нові стандарти ведення бізнесу, які включають впровадження та реалізацію концепції соціальної відповідальності.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Питанням соціальної відповідальності бізнесу присвячена значна кількість наукових розробок. Серед них праці таких зарубіжних вчених, як Х. Боуен, К. Девіс, А. Керолл, М. Фрідман, Дж. Елкінгтон, Е. Фріман, П. Друкер, М. Портер, Дж. Колонскі, С. Задек, та вітчизняних науковців – М.П.Бутко, Ю.Н. Петрушенко, Н.В. Балабанов, С.В.Мельник, О.С. Телєтов, Д.С. Ткачов, В.М.Шаповал, Н.О.Сімченко, О.О.Зеленко, М.І. Мурашко, Н.А.Супрун та ін.

Концепція соціальної відповідальності бізнесу набула популярності в середині ХХ століття в США. Х.Боуен у своїй праці «Соціальна відповідальність бізнесмена» (1953р.) зазначав, що

«концепція соціальної відповідальності може бути розповсюджена на весь бізнес, а усвідомлення більш ширших соціальних цілей при ухваленні ділових рішень може приносити соціальний та економічний зиск суспільству». При цьому «соціальної відповідальності бізнесу» він трактував як «прийняття таких рішень або дотримання такої лінії поведінки, які були би бажані з точки зору цілей та цінностей суспільства» [1, р.6].

Соціальну відповідальність бізнесу розглядають як реакцію компаній на потреби та очікування суспільства [2].

Поряд з поняттям «соціальна відповідальність бізнесу» сьогодні також поширеним є поняття «корпоративна соціальна відповідальність». Це пов'язано з тим, що, в зв'язку з процесами глобалізації, все суттєвішим стає вплив на суспільство з боку транснаціональних корпорацій. Запобігання негативних соціальних та економічних наслідків їх діяльності можливе тільки через узгодження дій між суспільством і такими компаніями шляхом формування соціально відповідальних моделей поведінки останніх. [3].

Негативні наслідки діяльності корпорацій простежуються і в сфері екології, тому провідні вчені пропонують трактувати корпоративну соціальну відповідальність як включення соціальних та екологічних питань в процес бізнесу та його взаємодія зі зацікавленими сторонами [4]. Корпоративна соціальна відповідальність є концепцією, яка відображає добровільне рішення компаній брати участь в покращенні життя суспільства та захисті навколишнього середовища [5].

Відповідно до концепції соціальної відповідальності передбачено основні складові соціальної відповідальності підприємства, а саме: організаційне управління, права людини, трудові відносини, чесна операційна діяльність, захист навколишнього середовища, питання захисту прав споживачів, розвиток місцевих громад і

співпраця з ними [6].

Вітчизняні науковці пропонують теоретико-методологічні основи формування механізму корпоративної соціальної відповідальності [7]. Автори зосереджують увагу на важливій складовій соціальної відповідальності бізнесу відповідальності перед споживачами, і наголошують, що успіху можна досягти удосконаливши взаємодію трьох складових: бізнесу, суспільства та держави.

Незважаючи на активізацію наукових досліджень в цьому напрямі, в Україні і до сьогодні відсутні системні дослідження з комплексного розв'язання проблеми підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу.

**Формулювання цілей статті.** Метою даної статті є вивчення зарубіжного досвіду впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу. Виявлення проблеми впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні. Обґрунтування переваг, які надає компаніям впровадження концепції соціальної відповідальності.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні існують дві моделі корпоративної соціальної відповідальності: американська та європейська. Їх відмінність головним чином полягає у визначенні ступеню відповідальності влади і бізнесу у вирішенні соціальних проблем і соціальний розвиток суспільства в цілому.

Американська модель корпоративної соціальної відповідальності передбачає мінімальний вплив держави на діяльність приватного бізнесу. Вважається, що основним завданням бізнесу є підвищення прибутку та зростання цінності компанії для власників (акціонерів). Відповідальність за вирішення соціальних проблем залишається за державою, проте бізнес бере активну участь у їх вирішенні на добровільних засадах, наприклад, фінансування страхових та пенсійних систем, освітніх програм. Держава, в свою чергу, стимулює бізнес до такої діяльності: надає соціально відповідальним компаніям податкові та інші пільги, віддає перевагу в державних замовленнях.

Європейська модель передбачає, що вирішенням основної частини соціальних проблем повинен займатись саме бізнес. Особливість цієї моделі полягає в тому, що європейські компанії працюють в досить жорстких регуляторних умовах, наприклад, законодавчо закріплене добровільне страхування та охорона здоров'я працівників.

Україна не може застосовувати європейську або американську модель у чистому вигляді, потрібна власна модель із врахуванням економічних умов функціонування бізнесу та соціокультурної специфіки країни. Досить проблематичним є впровадження законодавства, пов'язаного зі соціальною відповідальністю бізнесу, основною перешкодою якому сьогодні є еко-

номічні чинники. Разом із тим існує багато перешкод для вирішення бізнесом соціальних проблем на добровільних засадах: від нестачі ресурсів до відсутності мотивації соціально-відповідальної поведінки підприємств. Також до стримуючих факторів можна віднести складність податкової та банківської системи, відсутність пільг, слабка комунікаційна мережа, відсутність інформаційної підтримки та інші.

Соціальна відповідальність в Україні розвивається стихійно, без чіткої стратегічної спрямованості та належної уваги держави. Здебільшого підприємства обмежуються виконанням зобов'язань перед державою, які стосуються сплати податків, та перед працівниками – виплата заробітної плати та створення належних умов праці. Час від часу підприємства здійснюють благодійну діяльність, але така діяльність є несистематичною, вибірковою та непередбачувальною. Саме спонсорство та пожертвування на соціальні потреби сприймаються більшою частиною бізнесу, як основна форма соціальної відповідальності. Це свідчить про досить поверхневе розуміння поняття соціальної відповідальності. Іншою стороною проблеми є те, що витрати переданих на благодійність коштів чи інших ресурсів часто є непрозорими, а це в свою чергу знижує мотивацію до такої діяльності. Великі підприємства в Україні за радянських часів мали розвинену соціальну інфраструктуру: гуртожитки, дитячі садочки, будинки відпочинку, санаторії та ін. Успадковані об'єкти вони продовжують утримувати і сьогодні, вважаючи це своєю соціальною відповідальністю.

Отже, хоча український бізнес й усвідомлює соціальну відповідальність, як важливу складову корпоративного управління, проте відстежується досить вузьке трактування корпоративної соціальної відповідальності, як:

- благочинна діяльність і спонсорство;
- допомога місцевим соціально незахищеним верствам населення;
- разові акції підтримки в галузях освіти, спорту, культури та ін.

На даний час в Україні до компаній, які реалізують концепцію соціальної відповідальності, здебільшого належать іноземні представництва, спільні підприємства та великі вітчизняні компанії. Малий і середній бізнес майже не залучений до реалізації концепції соціальної відповідальності. Прикладом реалізації корпоративної соціальної відповідальності малими і середніми підприємствами може слугувати досвід Данії, яка є однією із найбільш конкурентоспроможних країн світу. Датські компанії працюють у жорстких регуляторних умовах, у країні, яка активно пропагує сталий розвиток. Данія приділяє багато уваги підтримці корпоративної соціальної відповідальності, своїм досвідом вона зацікавлює міжнародних партнерів, тому що 96,8 % датських підприємств

є малими або середніми, та не дивлячись на це, рівень реалізації корпоративної соціальної відповідальності є дуже високим. Країна має спеціальний урядовий орган з питань корпоративної соціальної відповідальності, урядову програму, саме Данія ініціювала розробку та тестування міжнародного стандарту з корпоративної соціальної відповідальності — ISO 26 000 [8].

Компанії, які планують визначити власну політику в сфері корпоративної соціальної відповідальності, мають ряд стратегій, засобів, методів. Загалом, їх можна поділити на три групи:

1. Окремі проекти, які пов'язані з корпоративною соціальною відповідальністю.

2. Програми корпоративної соціальної відповідальності, що поєднують декілька проектів, ініціатив тощо.

3. Впровадження стратегії корпоративної соціальної відповідальності у всі основні процеси діяльності компанії.

Першим кроком може стати невеликий проект, що базується на поточній благодійницькій діяльності компанії (стратегічна благодійність), від цього можна перейти на якісно новий рівень, впровадивши програму, яка надалі переросте в стратегію [9, с. 26].

До проблем застосування соціальної відповідальності бізнесу на вітчизняних підприємствах відносять:

- невірне тлумачення основних принципів та засад соціальної відповідальності;

- нерозуміння керівництва компанії потреби бути соціально відповідальним;

- соціально-активна поведінка виходить з фінансових можливостей компанії, замість того, щоб відображатись у стратегічних намірах;

- недостатність інформації і досвіду у вирішенні соціальних питань зумовлює потребу в допомозі спеціалістів із соціальної відповідальності бізнесу та співпраці з громадськими та державними організаціями;

- відсутня державна підтримка соціальної відповідальності бізнесу (наприклад зменшення оподаткування).

Використання концепції соціальної відповідальності надає компаніям переваги, до яких відносяться скорочення плинності кадрів, зростання задоволеності персоналу, покращення ділової репутації та іміджу компанії на ринку. Такі компанії мають переваги в залученні інвестицій, в отриманні державних замовлень. Все частіше вітчизняні компанії усвідомлюють залежність свого успішного функціонування від стабільного розвитку суспільства.

Поступово Україна переймає світовий досвід реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу, використовуючи міжнародні принципи та стандарти. Обов'язковою нормою має стати оприлюднення щорічних соціальних звітів, що свідчить про відкритість і прозорість діяльності

компаній. Досить поширеними в практиці є «Звіти про корпоративну соціальну відповідальність», «Звіти про стійкий розвиток», «Звіти про соціальний розвиток». Ці звіти базуються на міжнародних стандартах, основними серед яких є AA1000S та GRI (Global Reporting Initiative). Стандарт AA1000S - це стандарт соціальної звітності, який застосовується для виміру результатів діяльності компаній з етичних позицій. Він являє собою модель послідовної і системної взаємодії сучасної соціально відповідальної компанії зі зацікавленими сторонами. Стандарт GRI – це глобальна ініціатива зі звітності в сфері стійкого розвитку. Він передбачає систему показників по всім напрямкам стійкого розвитку відповідно до концепції «триєдиного підсумку» (Triple Bottom Line). Третє покоління цього стандарту звітності G3 включає 121 елемент стандартної звітності, в тому числі 9 економічних, 30 екологічних і 40 соціальних показників, які дозволяють в першу чергу зацікавленим сторонам, а також і широкому загалу, правильно оцінювати рівень соціальної відповідальності тої чи іншої компанії.

Сьогодні корпоративна соціальна відповідальність визнається однією з найважливіших характеристик сучасного бізнесу. В 1999 році бізнес-спільнота запропонувала ввести світовий фондовий індекс Доу-Джонса зі стійкого розвитку. Цей індекс розраховується по трьох напрямках діяльності компанії: економічний, соціальний та екологічний розвиток, і враховує близько 50 показників. Таким чином визначається місце компанії в ранзі стійкого розвитку. Ще одним таким прикладом може слугувати Європейська модель досконалості (Модель EFQM). Дана модель є описом «ідеальної» організації, якою її бачать в Європі. Перевагою цієї моделі є систематичне оцінювання соціальної активності компаній, визначення їх рейтингів та інформування суспільства. 9-ть фундаментальних критеріїв (32 підкритерія) Моделі об'єднанні у дві групи: перша – це 5 критеріїв, що описують підходи у діяльності організації для досягнення результатів (лідерство, політика та стратегія, персонал, партнерство і ресурси, процеси); друга – чотири критерії результатів, які досягає організація за рахунок використання підходів (результати, що стосуються споживачів; персоналу і суспільства, а також основні ділові результати). «Ідеальна» організація, згідно даної Моделі, умовно оцінюється в 1000 балів. Фактично ж найкращі фірми Європи, такі як Nokia, Siemens, Opel, Volvo, TNT та інші, на сьогодні досягають 700-750 балів [10].

На відміну від досвіду розвинених країн, де спостерігається прозорість стосунків бізнесу, держави та суспільства, а також існують методики оцінки соціальної відповідальності компаній, в Україні відсутній стійкий зв'язок між соціально відповідальною поведінкою компанії та її фінансовими результатами, а також відсутні критерії ефек-

тивності реалізації соціальних проєктів.

**Висновки.** В умовах сьогодення вітчизняні підприємства крім економічного аспекту повинні враховувати в своїй діяльності вимоги соціально-го та екологічного характеру з боку зацікавлених сторін. Останнім часом в Україні з'являється все більше компаній, які впроваджують корпоративну соціальну відповідальність в свої бізнес-процеси та бізнес-стратегію у відповідності до міжнародних стандартів. Такі стандарти покращують якість корпоративного управління, що позитивно впливає на імідж і ділову репутацію компанії, а це в свою чергу підвищує її конкурентоспроможність та інвестиційну привабливість. Впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу в Україні неможливе без активної участі держави, що виявляється в цілеспрямованій

державній політиці в сфері корпоративної соціальної відповідальності, підтримці соціально відповідальних компаній, в т.ч. податковими методами регулювання.

Отже, сучасна ситуація в Україні характеризується необхідністю розроблення та розповсюдження методик та практичних рекомендацій із впровадження та реалізації концепції соціальної відповідальності як на рівні компанії, так і на рівні ділової спільноти в цілому.

**Перспективи подальших досліджень** вбачаємо у вивченні можливостей адаптації зарубіжного досвіду впровадження корпоративної соціальної відповідальності до українських реалій. Потребують поглибленого дослідження також визначення пріоритетності напрямів соціальної активності вітчизняних підприємств.

#### **Список використаної літератури:**

1. Bowen H. R. Social responsibilities of the Businessman / H. R. Bowen. – N.Y.: Harper&Row, 1953. – 167р.
2. Галушка З.І. Організаційний механізм соціально-відповідального бізнесу/ З.І. Галушка З.І., В.Ю. Грунтковський // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. - №6 (133). – С. 178-183.
3. Лютов А.А. Корпоративная социальная ответственность и американские ТНК / А.А. Лютов // США-Канада. Экономика, политика, культура. – 2010. – № 8. – С. 117-126.
4. G. Zwetsloot, M. van Marrewijk. Corporate Sustainability & Social Responsibility//Pre-Conference: EFQM Learning Edge: Socie i Dimensions of Organizational Excellence, 2003, June, The Hague.
5. Coen D. The European Business Interest and the Nation State: Large-firm Lobbying in the European Union and Member States // Journal of Public Policy. 1998. Vol. 18 (1). P. 77.
6. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник / [Саприкіна М.А., Саєнсус М.А., Зінченко А.Г., Ляшенко О.М., Місько Г.А.] за наук. ред.. Редькіна О.С.). – К.: Вид-во «Фарбований лис», 2011. – 480с.
7. Баюра Д.О. Концептуальні засади механізму формування корпоративної соціальної відповідальності в Україні / Д.О. Баюра, О.А. Буян // актуальні проблеми економіки. – 2012. - №9 (135). – С.151-157.
8. Социальное партнерство и его методы в зарубежных странах (опыт и уроки) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://evolutio.info/content/view/616/54/>.
9. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / Воробей В. // Києво-Могилянська Бізнес Студія. – 2005. - №10. – С.25-36.
10. Солодуха О.В. Оцінка управління соціальною відповідальністю бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://director.at.ua/upravlinnja\\_socialnoju\\_vidpovidalnistju\\_biznesu.pdf](http://director.at.ua/upravlinnja_socialnoju_vidpovidalnistju_biznesu.pdf).

#### **Маврина А.О., Карый О.И. ПРОЦАК К.В. ПРОБЛЕМЫ ВНЕДРЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В УКРАИНЕ**

*В статье изложены модели американской и европейской корпоративной социальной ответственности. Выявлены проблемы внедрения и реализации концепции социальной ответственности бизнеса в Украине. Реализация социальной ответственности в бизнес-процессах даст компаниям возможность повысить свою конкурентоспособность и создать свою репутацию, повысить производительность труда и персонала, увеличит лояльность потребителей и государства, уменьшит бизнес-риски. Таким образом, для того, чтобы интегрироваться в международное сообщество, украинские предприятия должны использовать новые стандарты ведения бизнеса, которые включают введение и реализацию корпоративной социальной ответственности.*

**Ключевые слова:** социальная ответственность бизнеса, корпоративная социальная ответственность, бизнес, социально ответственное поведение, международные стандарты.

#### **Mavrina A.O., Karyy O.I., Protsak K.V. PROBLEMS OF IMPLEMENTATION AND REALIZATION OF CORPORATE SOCIAL CONCEPT IN UKRAINE**

*In the article European or American model corporate social responsibility. The problems of implementation and realization the concept of business in Ukraine. Implementation of social responsibility in business processes gives companies an opportunity to increase their competitiveness and establish their reputation, improve productivity and staff encouraging, increase customer and government loyalty, reduce business*

risks. Therefore, in order to integrate into the international community, ukrainian enterprises should use new standards of business that include introduction and implementation of the corporate social responsibility.

**Keywords:** social responsibility of business, corporate social responsibility, business, socially responsible behaviour, international standards.

Дата надходження до редакції: 15.02.2015 р.

Рецензент: д.е.н., професор Монастирський Г.Л.

УДК 332.871.3

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ МЕХАНІЗМ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОСББ: СИСТЕМНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЗРІЗ

Т. Б. Монастирська, здобувач, Тернопільського національного економічного університету

*Розглянуто алгоритм створення документальної бази ОСББ. Здійснено класифікацію основних видів документів, що виникають в процесі діяльності ОСББ. Окреслено ключові моменти оформлення цих документів. Визначено основні проблеми документального забезпечення ОСББ.*

*Ключові слова:* об'єднання співвласників багатоквартирного будинку, документ, документальне забезпечення, групування документів в діяльності ОСББ.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та їх зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** Документування та документація відіграють визначальну роль в управлінні діяльністю підприємством будь-якої форми власності, зокрема дають уявлення про реальний стан та перспективи використання господарських засобів, забезпечують транспарентність діяльності підприємства для власників, контролюючих органів, контрагентів та споживачів, є юридичним відображенням господарських операцій. Особливо це стосується нових форм господарської діяльності у сфері обслуговування житла, а саме діяльності ОСББ. Документування та документація відіграють визначальну роль в управлінні діяльністю підприємством будь-якої форми власності, зокрема дають уявлення про реальний стан та перспективи використання господарських засобів, забезпечують транспарентність діяльності підприємства для власників, контролюючих органів, контрагентів та споживачів, є юридичним відображенням господарських операцій. Особливо це стосується нових форм господарської діяльності у сфері обслуговування житла, а саме діяльності ОСББ. Вказане визначає актуальність дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Останнім часом питання функціонування та розвитку житлового господарства викликають жвавий інтерес науковців та практиків, зокрема представлені в працях Андрійчука М.Д., Заблудської І.В., Салуквадзе І.М. [1], Кравченка В. І., Паливоди К.В., Поляченко В.А. [2], Лебедева М.М., Руденка В.А. [3]. Однак, в цих роботах висвітлені питання, які стосуються реформування ЖКГ загалом. Мало уваги приділено проблемі документального забезпечення створення та діяльності ОСББ, тому метою статті визначено обґрунтування організаційно-функціонального механізму документального забезпечення ОСББ на основі комплексного аналізу їх формування, функціону-

вання та розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Результатом процесу документування господарських операцій є документ. Здійснивши аналіз його визначення у нормативно-законодавчих актах України та працях науковців, слід сказати про неоднозначність його трактування як носія інформації [4], інформації [5], свідоцтва [6], матеріального об'єкту [7], результату відображення інформації [8], матеріальної форми інформації [9] тощо. На нашу думку, найбільш точним, є визначення документа як результату фіксування на матеріальному та/або електронному носії інформації про господарські операції та події (як заплановані, так і ті, які мали місце) з метою доказовості (здійснення операції чи події), збереження, надання (зацікавленим особам) та передачі інформації.

В процесі документування відправною точкою є первинні документи — документи, створені в письмовій або електронній формі, що фіксують та підтверджують господарські операції, включаючи розпорядження та дозволи адміністрації (власника) на їх проведення [10]. Господарські операції — це факти підприємницької та іншої діяльності, що впливають на стан майна, капіталу, зобов'язань і фінансових результатів [10]. Основною вимогою до первинних документів є наявність обов'язкових реквізитів: найменування підприємства, установи, від імені яких складений документ, назви документа (форми), дати і місця складання, змісту та обсягу господарської операції, одиниці виміру господарської операції (у натуральному та/або вартісному виразі), посади і прізвища осіб, відповідальних за здійснення господарської операції і правильність її оформлення, особистого чи електронного підпису або інші дані, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні господарської операції. Залежно від характеру операції та технології обробки даних до первинних документів можуть