

УДК 334.012.61-022.51:005.35

## ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Шергіна Л.А., к.е.н., доцент,

Долгова Л.І., к.е.н., доцент

Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана

*Раскрыто значение социальной составляющей деятельности малого предпринимательства. Представлены понимание категории социальной ответственности бизнеса, функциональные признаки ответственности. Приведены аргументы «за» и «против» социальной ответственности бизнеса. Рассмотрены подходы к повышению социальной ответственности бизнеса. Раскрыты преграды к реализации социально ответственного бизнеса в Украине.*

**Ключевые слова:** ответственность, социальная ответственность, признаки ответственности, подходы к социальной ответственности, концепции ответственности бизнеса.

*The value of social component of small business activities is revealed. The understanding of the category of business social responsibility and functional characters of responsibility are presented. The arguments "for" and "against" of business social responsibility are given. The approaches to the increase of business social responsibility are considered. The barriers to the implementation of socially responsible business in Ukraine are revealed.*

**Key words:** responsibility, social responsibility, characters of responsibility, approaches to social responsibility, concepts of business responsibility.

Благо везде и повсюду зависит от соблюдения двух условий: правильного установления конечной цели всякого рода деятельности и отыскания соответственных средств, ведущих к конечной цели.

Аристотель

**Вступ.** Мале підприємництво як самостійний та незамінний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну перебудову в економіці країни, робить певний внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, роздрібного товарообороту, сприяє економії та раціональному використанню всіх ресурсів, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції та усунення монополізму і здійснення підприємницької діяльності, забезпечує сильні стимули до інноваційних процесів та високоєфективної праці.

Значення малого підприємництва для політичної та соціальної стабільності України визначається тим, що мале підприємництво вирішує такі важливі соціально-економічні завдання: створення додаткових робочих місць, зменшення рівня безробіття, подолання бідності – вирішення яких становить одну з найважливіших функцій держави; формування середнього класу, який реально готовий нести на своїх плечах відповідальність за сталий розвиток країни; розвиток конкурентного середовища. Саме ця соціальна складова діяльності малого підприємництва, його спрямування на створення робочих місць та розвиток самостійної економічної активності населення визначає ставлення до малого підприємництва у провідних країнах світу як до одного з головних чинників стабільності суспільства.

Підприємництво повинне бути націлене на досягнення прибутку за умов дотримання правил гри у відкритій конкурентній боротьбі без обману і шахрайства, а також активно діяти у таких сферах, як охорона здоров'я, оточуючого середовища, суспільна безпека, громадські права, захист прав споживачів тощо. Це означає, що бізнес повинен бути соціально відповідальним.

За період ринкових перетворень економіки України велика кількість підприємств просто перестала фізично існувати або дійшла до стадії банкрутства. Це вплинуло на різке скорочення можливостей для самореалізації населення, особливо молоді, що знайшло відображення в трудовій міграції та падінні рівня життя.

В цих умовах питання соціальної відповідальності малого підприємництва є актуальним.

**Постановка завдання.** Основна мета дослідження – виділити основні проблеми розвитку та впровадження соціальної відповідальності бізнесу у суб'єктів господарювання в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідальність – це форма діалектики необхідної соціальної свободи, пізнання якої створює умови для соціального вибору.

За етичним визначенням відповідальність – це визначеність, надійність, чесність; це усвідомлення і готовність визнати себе причиною своїх вчинків; це готовність діяти раціонально для блага людей.

Відповідальність – це не вина, це впевненість.

Відповідальність, швидше, включає в себе особисту підзвітність і здатність діяти в рамках етичних норм на благо себе й оточуючих.

«Відповідальність» є механізмом, необхідним для існування суспільства, існування та ефективної взаємодії в ньому конкретної особистості.

Відповідальність – це не тільки категорія права та етики, але й економіки. З точки зору правових норм, відповідальність відображає моральне ставлення до людей і суспільства, а з економічної – достатність матеріальних ресурсів для вирішення соціальних проблем. Соціальна відповідальність формує атмосферу довіри з боку особи і суспільства до бізнесу.

Розуміння категорії соціальної відповідальності бізнесу можна представити як:

- інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств та в їхню взаємодію з зацікавленими сторонами на добровільній основі (Зелена книга Європейського Союзу);
- досягнення комерційного успіху засобами, які передбачають дотримання моральних цінностей та повагу до людей, спільноти і навколишнього середовища (бізнес задля соціальної відповідальності BSR):

- сприяння відповідальності діловій практиці, яка дає вигоду бізнесу та суспільству й допомагає досягти соціального, економічного та екологічного усталеного розвитку через максимальне збільшення позитивного впливу бізнесу на суспільство з одночасною мінімізацією його негативного впливу (Міжнародний форум лідерів бізнесу IBLF);

- зобов'язання бізнесу сприяти усталеному економічному розвитку, працюючи з робітниками, їхніми сім'ями, місцевою громадою та суспільством у цілому для поліпшення якості їхнього життя [5].

Соціальна відповідальність класифікується за чотирма функціональними ознаками:

1) соціальна відповідальність виступає у формі юридичної відповідальності та обмежується її межами, здійснюється через податковий механізм;

2) соціальна відповідальність ототожнюється з професійною відповідальністю: пріоритетом є інтереси роботодавця, а соціальні інтереси – супутні наслідки;

3) соціальна відповідальність як спеціальний елемент економічної відповідальності, тобто соціальна відповідальність бізнесу розглядається як захід, завдяки якому досягаються корпоративні цілі діяльності;

4) соціальна відповідальність як морально-етична відповідальність: орієнтування на поєднання економічних інтересів підприємств і соціальних потреб працівників.

Спільною основою у визначенні соціальної відповідальності бізнесу є те, що компанії керують комерційною діяльністю для створення загального позитивного впливу на суспільство.

Соціальна відповідальність бізнесу – це принцип роботи, при якому підприємство вважає важливим і необхідним брати участь у розвитку українського суспільства й держави в цілому. Соціальна відповідальність – це визначений рівень добровільної безкорисної підтримки вирішення соціальних проблем з боку підприємця, що має місце поза вимогами державних органів і над ними.

Суперечки з приводу ролі бізнесу в суспільстві породжують численні аргументи «за» і «проти» соціальної відповідальності підприємництва. Серед аргументів на користь соціальної відповідальності можна виділити:

1. *Сприятливі довгострокові перспективи.*

Соціальні дії підприємця, що поліпшують рівень життя регіону або зменшують соціальну напругу, незважаючи на деякі витрати, можуть стимулювати зростання прибутку, оскільки у споживачів, партнерів і у місцевого населення формується більш сприятливий образ цього бізнесмена.

2. *Зміна потреб і очікувань широкого загалу.*

Пов'язані зі зростанням обсягів підприємництва очікування населення радикально змінюються. Перехід підприємницьких структур до вирішення соціальних проблем стає і бажаним, і необхідним суспільству.

3. *Наявність ресурсів для вирішення соціальних проблем.*

Бізнес займає все більше трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, які забезпечують передумови для передачі частки їх на соціальні потреби, розвиток соціальної сфери.

4. *Моральні обов'язки соціально відповідальної поведінки.*

Оскільки підприємець є членом суспільства, то управляти його поведінкою повинні норми моралі, прийняті в цьому суспільстві. Подібно до індивідуальних членів суспільства підприємництво повинне діяти особливо відповідально і сприяти закріпленню моральних основ суспільства.

Проти соціальної відповідальності бізнесу можуть діяти такі аргументи:

1. *Порушується принцип збільшення прибутку.* Спрямування частки прибутку на суспільні потреби дещо зменшує отримання запланованого прибутку.

2. *Зростання витрат на соціальне забезпечення.* Кошти, що направляються на соціальні витрати, переносяться на споживачів через підвищення цін. Це може призвести до зниження конкурентоспроможності і погіршення фінансово-економічного стану підприємства.

3. *Відсутність звітності перед суспільством про вирішення соціальних проблем.* У суспільстві поки що не розроблено порядок прямого задоволення власних потреб виробника від естетично зробленого соціально необхідного продукту чи послуги.

Активна соціальна позиція підприємців має полягати в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі з суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальна відповідальність підприємства – відповідальність за вплив його рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю та добробуту суспільства;
- враховує очікування зацікавлених сторін;
- відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах.

Соціальна відповідальність як підхід до ведення бізнесу базується на таких підходах:

1. Соціальна відповідальність – це добровільний вибір компанії.

2. Соціальна відповідальність – це спосіб активної участі в розвитку українського суспільства.

3. Соціальна відповідальність – форма, спосіб і філософія ведення нашого бізнесу. Вона впливає на зміцнення репутації та, внаслідок цього, на капіталізацію бізнесу.

Для підприємства соціальна відповідальність бізнесу – це комплексне поняття, основними складовими якого є: відповідальність стосовно свого продукту, відповідальність стосовно держави, відповідальність стосовно співробітників компанії, відповідальність стосовно соціальних потреб суспільства, екологічна відповідальність.

В зарубіжних країнах дослідження з ефективності корпоративної соціальної відповідальності виявили пряму залежність зростання престижу компанії й продуктивності її економічної діяльності від здійснення соціальних обов'язків. Збільшення соціального потенціалу компанії на 1 % підвищує її соціальний престиж на 0,55 %, у той час як зростання економічного потенціалу поліпшує економічну цінність на 0,32 % [5].

До важливих аспектів підвищення соціальної відповідальності бізнесу слід віднести такі підходи:

- прибуток не може створюватись за рахунок ущемлення матеріальних інтересів людей, погіршення умов праці;
- підвищення економічних показників діяльності за рахунок покращення репутації, залучення нових інвестицій, збільшення обсягів продажів;
- реалізація соціальних програм на принципах добровільності;
- відповідальність держави і бізнесу повинна визначатися законодавством;
- соціальні програми не можуть бути універсальними й повинні визначатися конкретними умовами діяльності кожного підприємства – дохідністю, пріоритетами в галузі розвитку, маркетинговою політикою;
- соціальна відповідальність розвивається залежно від можливостей пріоритетності завдань, середовища функціонування [2].

Існує широке різноманіття концепцій і підходів до соціальної відповідальності бізнесу. Абсолютних стандартів соціальної відповідальності бізнесу немає і вони можуть змінюватися з кожним поколінням, з кожним етапом розвитку чи прогресу суспільства, культурними особливостями, специфікою історичного розвитку регіону, географії чи країни. До основних концепцій соціальної відповідальності бізнесу можна віднести: концепцію юридичної відповідальності, концепцію економічної відповідальності, концепцію базової бізнес стратегії, концепцію обов'язків, концепцію стейкхолдерів, концепцію корпоративної звітності, добровільну концепцію, концепцію проактивності, концепцію соціально відповідального маркетингу.

Таке різноманіття концепцій та підходів щодо соціальної відповідальності бізнесу, звичайно ж, невідоме керівникам наших українських підприємств. Більшість українських компаній дотримується концепції економічної відповідальності перед суспільством в цілому. Кожне підприємство має свою специфіку діяльності, географічне розташування, певне фінансове становище та багато інших складових, які впливають на рішення керівництва щодо власної концепції соціальної відповідальності підприємства [3].

Отже, суспільство чекає від малого бізнесу не лише високих економічних результатів, досягнення прибутку у відкритій конкурентній боротьбі без обману та шахрайства, але й суттєвих соціальних перетворень та активних дій у таких сферах, як охорона здоров'я, захист навколишнього середовища, соціальної безпеки, громадських прав тощо.

Відповідальне ставлення підприємців до своєї продукції чи послуг, до споживачів, персоналу, партнерів, активна соціальна позиція бізнесу як співтовариства «корпоративних громадян», які беруть участь у вирішенні гострих соціальних проблем, є вимогою сучасності. Прагнення до високих суспільних ідеалів буде неодмінно позначатися на іміджі підприємства, підвищить конкурентоспроможність суб'єкта господарювання на ринку, що приведе до підвищення конкурентоспроможності як регіонів, так і суспільства.

Соціальна відповідальність розглядається як одна із складових успішної стратегії, що зміцнює імідж та репутацію підприємства, приваблює клієнтів, утримує найкращих працівників, пов'язана з дотриманням обов'язку особистості, менеджменту організації, державної структури приймати рішення і вживати заходів, які підвищують добробут, відповідають інтересам суспільства, підприємства та окремої людини. Соціальна відповідальність – це концепція, згідно з якою бізнес добровільно бере на себе додаткові зобов'язання перед суспільством, окрім виробництва якісної продукції, робіт, послуг та дотримання законодавства.

Соціальна відповідальність малого підприємництва повинна включати таке: соціальні стандарти і нормативи світової економічної спільноти, законслухняну поведінку підприємців, добросовісну сплату податків, виконання чинного законодавства, власну корпоративну політику бізнес-структури, виробництво якісної продукції, корпоративні програми підвищення кваліфікації персоналу підприємства, корпоративні програми з охорони здоров'я співробітників, корпоративні програми морального заохочення персоналу, благодійні та спонсорські проекти, партнерські відносини між бізнесом, владою і громадськістю, безпечне середовище діяльності та розвитку компанії, соціальний захист вразливих категорій населення, інвестування суспільних сфер і галузей людського капіталу, участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес.

Перешкоди до реалізації соціально відповідального бізнесу:

- економічне становище більшості компаній – брак коштів, економічна слабкість суб'єктів, їх діяльність, орієнтована на постійне виживання у скрутних зовнішніх умовах;
- правовий нігілізм і деформація правової свідомості: панує прагнення та бажання оминати закон, а не дотримуватися його;
- суспільне незрозуміння, спричинене відносно низьким рівнем свідомості суспільства;
- завищені суспільні очікування;
- нормативна невизначеність – елементарне незрозуміння як бізнесом, так і іншими членами суспільства основних понять і категорій соціальної відповідальності;
- відсутність будь-якої звітності підприємців перед суспільством за участь у соціальних діях;
- відсутність умінь і досвіду вирішувати соціальні проблеми;
- упередженість засобів мас-медіа – суспільство сприймає повідомлення про дії підприємства щодо стратегії соціальної відповідальності як свідчення виправдання.

На даний момент важливим є створення сприятливих умов для реалізації соціальної відповідальності бізнесу, а саме стимулювання соціальної відповідальності та полегшення її реалізації за допомогою відповідних інструментів. Такими інструментами можуть бути: програми економічної мотивації, регулятивні програми, програми примушення (надання відповідної інформації), програми переконання, програми залучення в суспільну діяльність.

Бізнес від виконання принципів соціальної відповідальності отримує певні вигоди: забезпечення суспільної репутації підприємства, зростання довіри населення до діяльності підприємства, її товарів та послуг, підвищення професіоналізму та розвиток кадрового потенціалу на підприємстві, забезпечення лояльності персоналу, можливість формування безпечного середовища діяльності та розвитку підприємства, відповідність нормам і стандартам світової економічної спільноти, можливість формування партнерських відносин із владними структурами, громадськістю.

**Висновки.** На всіх підприємствах малого бізнесу потрібно впроваджувати сучасні принципи, форми та методи соціального менеджменту з пріоритетом принципів соціальної відповідальності та соціальної справедливості.

Посилення соціальної відповідальності бізнесу, заохочення до соціальної активності підприємців є необхідними умовами для створення соціальної солідарності в країні.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Братющенко С.В., Селивестров В.Е. Корпоративная ответственность бизнеса как экономическая, социальная, юридическая и нравственная категория // Регион: Экономика и социология. – 2007. – № 4.
2. Еремеев О. Неотъемлемая составляющая эффективности // Человек и труд. – 2007. – № 4.
3. Зеленко О.О. Засади формування концепцій соціальної відповідальності українських підприємств.
4. Левін П.Б. Иноземный досвід розвитку соціально-відповідального бізнесу та його використання в Україні.
5. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – Київ, 2005. – [http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua\\_wdp\\_src\\_csr05.pdf](http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csr05.pdf).