

## ВПЛИВ ІНСТИТУЦІЙНИХ ЧИННИКІВ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

© 2014 СОКОЛ Н. А.

УДК 316.74:339.178 4

**Сокол Н. А. Вплив інституційних чинників на процес формування соціальної відповідальності бізнесу в Україні**

У статті проаналізовано сучасний стан і перспективи розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні з урахуванням закордонного досвіду. Обґрунтовано актуальність вивчення впливу інституційних чинників на формування соціальної відповідальності бізнесу. За результатами дослідження виділено фактори розвитку СВБ в Україні, визначено пріоритетні вектори відношень між державою, бізнесом і споживачами. Зазначено, що ефект від реалізації Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу переважно залежатиме від інституційних механізмів. Розглянуто вигоди бізнесу від виконання принципів соціальної відповідальності та основні перешкоди становлення, розвитку СВБ. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є вивчення інституційних механізмів поширення СВБ серед вітчизняних суб'єктів господарювання, які повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку СВБ як інструменту державного стимулювання.

**Ключові слова:** інституційні чинники, інституційне середовище, соціальна відповідальність бізнесу, держава, підприємство.

**Табл.: 1. Бібл.: 11.**

**Сокол Наталья Анатоліївна** – старший викладач, кафедра економічної теорії та права, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Ключківська, 333, Харків, 61051, Україна)

**E-mail:** sokol.nat@ukr.net

УДК 316.74:339.178 4

**Сокол Н. А. Влияние институциональных факторов на процесс формирования социальной ответственности бизнеса в Украине**

В статье проанализировано современное состояние и перспективы развития социальной ответственности бизнеса (СОБ) в Украине с учетом зарубежного опыта. Обоснована актуальность изучения влияния институциональных факторов на формирование социальной ответственности бизнеса. В результате исследования выделены факторы развития социальной ответственности бизнеса в Украине, определены приоритетные векторы отношений между государством, бизнесом и потребителями. Отмечено, что эффект от реализации Национальной стратегии социальной ответственности бизнеса в основном зависит от институциональных механизмов. Рассмотрены выгоды бизнеса от выполнения принципов социальной ответственности и основные препятствия становления, развития СОБ. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является изучение институциональных механизмов распространения СОБ среди отечественных субъектов хозяйствования, которые должны опираться на международный опыт и соответствовать текущим задачам развития государства, в частности по вопросам развития конкурентоспособности экономики и повышения качества жизни граждан, а также учитывать потребности дальнейшего развития СОБ как инструмента государственного стимулирования.

**Ключевые слова:** институциональные факторы, институциональная среда, социальная ответственность бизнеса, государство, предприятие.

**Табл.: 1. Библ.: 11.**

**Сокол Наталья Анатольевна** – старший преподаватель, кафедра экономической теории и права, Харьковский государственный университет питания и торговли (ул. Ключковская, 333, Харьков, 61051, Украина)

**E-mail:** sokol.nat@ukr.net

UDC 316.74:339.178 4

**Sokol Natalia A. Influence of Institutional Factors upon the Process of Formation of Social Responsibility of Business in Ukraine**

The article analyses the modern state and prospects of development of social responsibility of business (SRB) in Ukraine with consideration of foreign experience. It justifies urgency of study of influence of institutional factors upon formation of SRB. In the result of the study the article allocates factors of development of SRB in Ukraine, identifies priority vectors of relations between the state, business and consumers. It marks that effect from realisation of the National Strategy of Social Responsibility of Business mainly depends on institutional mechanisms. It considers benefits of business from execution of principles of social responsibility and main obstacles on the way of establishment and development of SRB. The prospect of further studies in this direction is the study of institutional mechanisms of propagation of SRB among domestic economic subjects, which should be based on international experience and correspond with the current tasks of state development, in particular, by issues of development of competitiveness of economy and increase of quality of life of citizens, and also take into account needs of further development of SRB as an instrument of state stimulation.

**Key words:** institutional factors, institutional environment, social responsibility of business, state, enterprise.

**Tabl.: 1. Bibl.: 11.**

**Sokol Natalia A.** – Senior Lecturer, Department of Economic Theory and Law, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (vul. Klovkivska, 333, Kharkiv, 61051, Ukraine)

**E-mail:** sokol.nat@ukr.net

Значна частина підприємств, особливо промислової сфери економіки України, знаходиться у скрутному фінансовому стані і характеризується високим рівнем збиткової діяльності. За офіційними даними Державного комітету статистики України, частка збиткових підприємств в їх загальній кількості за період 2008 – 2012 рр. постійно зростала і становила 39 – 44% [4]. Складна фінансово-економічна ситуація більшості українських підприємств пояснюється впливом цілої низки факторів, серед яких суттєве значення мають фактори інституційного характеру, що спричиняють низьку ефективність взаємодії держа-

ви та бізнесу, а також бізнесу та суспільства. Посилення взаємної відповідальності усіх учасників суспільного життя, створення умов для подальшого стабільного розвитку суспільства, заснованого на врахуванні якнайширшого кола інтересів, вимагає більш детального розгляду і зумовлює актуальність обраної проблематики.

Важливість вирішення означеної проблеми спричинила появу цілої низки досліджень відомих іноземних вчених, серед яких класики інституціоналізму: Т. Веблен, У. К. Мітчелл, Д. Р. Коммонс, Р. Мюрдаль, Д. Норт, Д. Ходжсон, А. Д. Тойнбі, О. Уільсон, Л. Девіс, а також відомі російські на-

уковці: В. А. Мау, Р. М. Нуреев, А. І. Абалкін, С. Ю. Глазьев, Г. Б. Клейнер, які не тільки стали авторами підручників і посібників з інституціоналізму, але й визначили свою приналежність до того чи іншого напрямку цієї економічної школи.

Питанню соціальної відповідальності присвячено численні праці зарубіжних вчених: М. Фрідмана, В. Гордіна, А. Керролла, Ю. Благова, М. Портера, М. Крамера, Т. Вілсона, К. Девіса та інших. Теоретичні питання щодо впровадження соціальної відповідальності в реалії українського бізнесу висвітлені в працях таких українських науковців, як В. Воробей, О. Лазаренка, Р. Колишка, С. Литовченка, С. Мельника, Ю. Бегми та інших.

Метою статті є вивчення впливу інституційних факторів на формування соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні та характер взаємовідносин між основними заінтересованими сторонами: державою, бізнесом та споживачами. Досягнення поставленої мети зумовило вирішення таких завдань: визначити зміст СВБ і фактори, які впливають на практику поширення та провадження соціальної відповідальності бізнесу з урахуванням закордонного досвіду, роль та значення інституційної підтримки у формуванні бізнес середовища,

Інституційне середовище як складна єдність формальних і неформальних інститутів відіграє ключову роль у процесі формування та розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні. Концепція СВБ на сьогодні є однією з найбільш поширених в економічно розвинених країнах світу, а її зміст полягає у формуванні відповідальності організацій за вплив рішень і дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки, інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах [7; 8]. Відповідно до визначеного змісту, СВБ є діяльністю організацій, спрямованою на дотримання високих стандартів операційної та виробничої діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє середовище тощо [5].

Визначальними ознаками такої діяльності прийнято вважати [5; 6; 7; 8]: спрямованість на вирівнювання наявних соціально-економічних диспропорцій; створення довірливих взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращання результативності бізнесу у довгостроковому періоді; добровільність. Дійсно, тільки керуючись власним бажанням і морально-етичними принципами, прийнятими в організації, її керівництво обирає шлях побудови соціально відповідального бізнесу. Іншою важливою ознакою СВБ є її правовий характер і спрямованість на досягнення ділової досконалості та якості в організації виробництва, що регулюються переважно міжнародними стандартами серії ISO 9000 [6].

Згідно з результатами досліджень Гриненка А. М., основними ознаками СВБ є також інтегрованість у бізнес-стратегію організації; системність; користь для всіх зацікавлених сторін (співробітників, споживачів, акціонерів, громади тощо, а також для самого підприємства); внесок у процес сталого розвитку [3].

У зв'язку з тим, що соціальна відповідальність бізнесу є сьогодні загальновизнаним правилом, якого дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих підприємств різних країн світу, питання її розвитку нале-

жать до сфери особливої уваги органів державної влади та провідних міжнародних організацій. Проявом цієї уваги є розроблення стандартів СВБ і заходів зі стимулювання організацій до соціально відповідальної діяльності [5]. Як свідчать дослідження вітчизняних експертів у сфері корпоративної соціальної відповідальності, у більшості країн ЄС у різній формі розроблені та функціонують державні програми її підтримки і стимулювання [3; 5; 7; 8]. Такі інституційні заходи спрямовують бізнес на дотримання певних правил поведінки, заохочують державні та приватні організації до спільного виконання соціально важливих завдань, матеріально стимулюють бізнес до соціально відповідальної діяльності.

На жаль, формування інституційної підтримки СВБ в Україні перебуває в стадії становлення. Автоматичне впровадження концепції соціальної відповідальності неможливе, тому, що надмірна «зарегульованість» економіки з боку держави у вигляді високих податків і соціальних трансфертів здатна привести до зниження мотивації до праці і інвестиційної активності, можливе переміщення виробничої діяльності з легальної області в нелегальну. Відсутність продуманої соціальної політики, підтримки з боку держави певних секторів економіки, пріоритетних галузей і видів діяльності може позбавити стимулів до роботи у самих незахищених економічних агентів і спонукати їх до недотримання формальних правил гри або до організованої їх зміни з використанням лобістських груп спеціальних інтересів, що призводить до загальної макроекономічної нестабільності та негативно відбивається на ефективній економічній діяльності країни.

Вітчизняні підприємства й організації, які протягом останніх років удосконалюють свою діяльність на засадах світової практики, принципів і стандартів концепцій Загального управління якістю, потребують певної координації та стимулювання з боку держави, яка повинна визначити СВБ як бажану поведінку для бізнесу і розробити комплекс відповідних стимулів [1]. Як зазначає Софієнко А. В., така підтримка дозволить більшості підприємств посилити довгострокову конкурентоспроможність і репутацію через відповідальне ставлення до усіх зацікавлених сторін [9].

Визначальними та найбільш впливовими для вітчизняних підприємств, на наш погляд, мають стати три групи відносин: між підприємствами та суспільством; між підприємствами та зацікавленими сторонами (основними контактними групами – постачальниками, покупцями, персоналом, власниками); між зацікавленими сторонами та суспільством. Важливість таких відносин пояснюється низкою причин:

- ✦ *по-перше* – основою для побудови та реалізації заходів соціальної відповідальності є ефективні взаємовідносини між органами влади та професійними організаціями та об'єднаннями, що захищають інтереси бізнесу і базуються на дотриманні законів та активній позиції несприяння корупції;
- ✦ *по-друге* – співпраця бізнесу із громадськими організаціями має враховувати інтереси різних зацікавлених сторін і вимагає від них побудови конструктивного діалогу та дотримання певних правил;
- ✦ *по-третє* – невід'ємну конкурентну силу будь-якого бізнесу складають покупці, тому підприємства повинні будувати максимально відверті та чесні відносини із ними, використовуючи всі можливі способи їхнього інформування про властивості

та особливості своєї продукції, діяльності чи послуг. При цьому основними способами досягнення цього можуть виступати: відкритий маркетинг, правдива інформація та справедливі контракти. Саме за органічної побудови таких груп відносин можуть бути максимально повно досягнуті такі цілі, як забезпечення здоров'я та безпеки покупців, формування політики відповідального споживання та сприяння її розвитку.

Незважаючи на важливість формування розвинутого бізнес-середовища та побудови органічної системи відносин, практика впровадження соціальної відповідальності українськими підприємствами є недостатньою. Результати соціологічного опитування, проведеного Центром соціальних експертиз Інституту соціології НАН України та благодійним фондом «Інтелектуальна перспектива», в якому взяли участь 811 підприємств різних розмірів, форм власності та сфер діяльності, наведено в табл. 1 [5].

Таблиця 1

**Результати соціологічного опитування щодо ставлення вітчизняних підприємств до соціальної відповідальності бізнесу**

Напрями опитування за аспектами соціальної відповідальності	Опитані респонденти (у %)
<i>Ставлення до реалізації соціальних проектів:</i>	
– позитивне	60
– негативне	5
– нейтральне	25
<i>Можливість участі в реалізації соціальних проектів</i>	
– усіх бізнес-структур	33
– окремих компаній	50
– відсутність можливості у компанії	4
<i>Сфери реалізації соціальних проектів:</i>	
– допомога дітям-інвалідам	69
– допомога інвалідам, людям похилого віку, знедоленим	60
– охорона здоров'я	58
– освіта	50
– екологія	39
– наука	30
– культура, мистецтво	22

Аналіз результатів дослідження свідчить про те, що більше 30% підприємств не підтримує розвиток соціальної відповідальності. Така тенденція пояснюється відсутністю інституційної підтримки бізнесу з боку держави та правовою незахищеністю, що робить неможливим різного роду соціальне інвестування і змушує більшість підприємств накопичувати капітал для реінвестування. Розподіл у сфері реалізації соціальних проектів свідчить про невиконання державою своїх соціальних функцій та переорієнтацію і очікування населення на благодійну підтримку від підприємств та комерційних структур.

Недостатня поширеність практики формування та впровадження СВБ в Україні, зумовлена низкою факторів [2]:

- фінансова нестабільність більшості компаній та недостатньо розвинена корпоративна культура не сприяє поширенню принципів соціальної відповідальності;

- недосконалість нормативно-правового поля, у межах якого функціонує вітчизняний підприємець, призводить до прагнення не дотримуватись діючого чинного законодавства, це пояснюється якістю законів, їхньою нестабільністю та вибірковою застосування;
- нерозуміння бізнесом механізмів реалізації стратегій соціальної відповідальності та неусвідомлення суспільством ролі бізнесу в її реалізації;
- відсутність прозорості та інформації відносно діяльності більшості українських компаній для громадськості;
- нерівномірне врахування інтересів заінтересованих сторін.

З метою формування відповідного інституційного середовища в Україні розроблено Концепцію Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, реалізація якої дозволить створити інституційні механізми поширення соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу. Як зазначено в Концепції, такі механізми повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян [5].

Міжнародний досвід свідчить про те, що сучасний бізнес все частіше звертається до розв'язання не тільки економічних, але і соціальних проблем національного та глобального характеру. Навіть підприємництво із соціальною метою визнається окремим напрямком економічної діяльності, згадується як «четвертий сектор» у суспільстві [11].

Вивчення сучасної міжнародної практики соціального підприємництва дозволяє виділити три основні моделі: американську, європейську та азійську. *Американська модель* передбачає розподіл і використання частини прибутку підприємства для інвестування його соціальних проектів. Суспільно-корисна діяльність, як правило, не пов'язана з основною діяльністю підприємства і може змінюватися залежно від його політики та від економічної ситуації в цілому.

Відповідно до *європейської моделі* соціально-відповідальна діяльність підприємства пов'язана з досягненням його бізнес-цілей, а також із створенням додаткової інвестиційної привабливості. Більшість ініціатив, що фінансуються підприємством за такої моделі, пов'язані із підвищенням прибутку.

*Азійська (японська) модель* передбачає згуртованість на рівні підприємства, активну роль держави та її участь у стратегічному плануванні бізнесу. Для моделі характерно сприйняття підприємства як виробничої сім'ї, відповідальність працівників якої виходить за межі трудових обов'язків. Соціальна відповідальність в Японії підтримується культурними традиціями країни.

З урахуванням особливостей міжнародних моделей прийнято виділяти такі критерії визначення того чи іншого підприємства як соціально відповідального [8]: формування довгострокових взаємин із місцевими організаціями; сумлінна сплата податків і дотримання вимог законодавства різного рівня; виробництво та реалізація якісної та екологічної продукції; реалізація програм з підвищення фаховості працівників, охорони та зміцнення їх здоров'я, морального стимулювання до ефективної праці; реалізація проектів, спрямованих на благодійні цілі; реалізація заходів щодо формування позитивної суспільної думки про бізнес.



Дослідження фахівців із соціальної відповідальності бізнесу вказує на те, що в Україні досі не використовується ряд практик, які є традиційними за кордоном: урахування культурного рівня споживача та наявність зворотного зв'язку з ним; екологічне і соціальне маркування продукції та повна інформованість про її якість; застосування принципів оцінки життєвого циклу товарів; уникнення використання та продажу генетично-модифікованих продуктів; моніторинг впливу на навколишнє середовище.

Окрім цього, досвід та практика впровадження соціальної відповідальності бізнесу за кордоном яскраво демонструє те, що в сучасних умовах господарювання бізнес має охоплювати не тільки економічну, а й інші сфери функціонування: участь у соціальних, освітніх програмах, програмах по збереженню навколишнього середовища, розвитку та підтримки культури.

Урахування зарубіжного досвіду, як визначають розробники Концепції Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу, дозволить отримати низку позитивних результатів короткострокового та довгострокового характеру [10].

Очікуваними короткостроковими результатами є: збільшення кількості соціально відповідальних підприємств; створення інституційних механізмів державної підтримки такої діяльності; інтеграція вітчизняних кваліфікованих спеціалістів з СББ до європейського та світового фахового середовища.

Результати довгострокового характеру полягатимуть у стабільному економічному зростанні; підвищенні конкурентоспроможності національної економіки та її інтеграції до європейського економічного і соціального простору; створенні привабливого інвестиційного клімату, що сприятиме збільшенню обсягу іноземних інвестицій до вітчизняної економіки; поширенні принципів соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, проведене дослідження показало, що економічна слабкість значної частки реального сектора вітчизняної економіки є однією з найбільших перешкод для впровадження принципів соціальної відповідальності, більшість підприємств і підприємців відчувають правову незахищеність і не приймають безпосередньої участі у підтримці соціального розвитку суспільства. Така тенденція пов'язана з тим, що сектор бізнесу потребує значної інституційної підтримки з боку держави.

Особливість інституційного розуміння ролі держави в економіці полягає в наявності й дотриманні певних моральних і правових норм або «правил гри». Ці правила, або інституційне середовище, створюють рамки, в яких здійснюється взаємодія між господарюючими суб'єктами в ринковій економіці. Спробою розробити такі правила стала Концепція Національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні, яка визначає напрями, зміст і основні результати такої діяльності. Як показало дослідження, її впровадження дійсно сприятиме поширенню ідей соціальної відповідальності у вітчизняну бізнес-практику за рахунок повноцінної державної підтримки.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є вивчення інституційних механізмів поширення СББ серед вітчизняних суб'єктів господарювання, які повинні спиратися на міжнародний досвід і відповідати поточним завданням розвитку держави, зокрема з питань розвитку

конкурентоспроможності економіки та підвищення якості життя громадян, а також зважати на потреби подальшого розвитку СББ як інструменту державного стимулювання. ■

## ЛІТЕРАТУРА

1. Воробей В. Аналіз національних стратегій СББ. Пропозиції для Національної стратегії розвитку СББ / В. Воробей // Спільнота соціально відповідального бізнесу, 2010. – 10 с.
2. Воробей В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? / В. Воробей // Києво-Могилянська бізнес-студія, 2005. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.management.com.ua/cm/cm 037.html>
3. Грищенко А. М. Корпоративна соціальна відповідальність: теоретико-методологічний аспект оцінювання соціальної діяльності / А. М. Грищенко // Формування ринкової економіки : зб. наук. пр. – Спец. вип. Праця в XXI столітті: новітні тенденції, соціальний вимір, інноваційний розвиток: у 2 т. – Т. 2. – К.: КНЕУ, 2012. – 680 с. – С. 58 – 68.
4. Дані Державної служби статистики України «Чистий прибуток (збиток) і рентабельність операційної діяльності підприємств за видами діяльності у 2008 – 2012 році» / Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Концепція Національної Стратегії Соціальної Відповідальності Бізнесу [Електронний документ]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua>
6. Міжнародний стандарт ISO/FDIS 26000 «Керівництво з соціальної відповідальності» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ksovok.com/doc/iso\\_fdis\\_26000\\_rus.pdf](http://www.ksovok.com/doc/iso_fdis_26000_rus.pdf)
7. Посібник із КСВ. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності [Текст] / Кол. автор.: Лазоренко О., Колишко Р. та ін. – К.: Видавництво «Енергія», 2008. – 96 с.
8. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua\\_wdp\\_src\\_csr05.pdf](http://brc.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_src_csr05.pdf)
9. Софієнко А. В. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та сучасні тенденції / А. В. Софієнко // Економічні інновації. – 2012. – Вип. 47. – С. 297 – 301.
10. Офіційний сайт Української мережі Глобального Договору ООН. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalcompact.org.ua>
11. The Global Competitiveness Report 2011 – 2012 / World Economic Forum. – Geneva, Switzerland, 2011 – 544 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-2011-2012/>

## REFERENCES

- "Dani Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy «Chystyi prybutok (zbytok) i rentabelnist operatsiinoi diialnosti pidpriemstv za vydamy diialnosti u 2008 – 2012 rotsi»" [The data of the State Statistics Service of Ukraine "Net income (loss) and operating profitability of enterprises by activity in 2008 – 2012"]. <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Hrynenko, A. M. "Korporativna sotsialna vidpovidalnist: teoretyko-metodolohichniy aspekt otsiniuvannya sotsialnoi diialnosti" [Corporate Social Responsibility : theoretical and methodological aspects of evaluation of social activities]. In *Formuvannya rynkovoї ekonomiky: Pratsia v XXI stolitti: novitni tendentsii, sotsialnyi vymir, innovatsiyni rozvytok*, 58-68. Kyiv: KNEU, 2012.
- "Kontseptsiiia Natsionalnoi Stratehii Sotsialnoi Vidpovidalnosti Biznesu" [The concept of a National Strategy for Social Responsibility]. <http://www.svb.org.ua>
- Lazorenko, O., and Kolyshko, R. *Posibnyk iz KSV. Bazova informatsiia z korporativnoi sotsialnoi vidpovidalnosti* [Guide to CSR. Basic information on corporate social responsibility]. Kyiv: Enerhiia, 2008.