

УДК 005.06

О. В. Долгалева, д. держ. упр., професор
К. М. Лукашова, студент

Донбаська національна академія будівництва і
архітектури, м. Краматорськ, Україна
nik@donnaba.edu.ua

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

У статті визначено чинники та перешкоди впровадження корпоративної соціальної відповідальності у корпоративну стратегію та запропоновано заходи для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств. Соціальна відповідальність та соціально-відповідальний бізнес є невід'ємною частиною сьогодення. Визначено необхідність дослідження концепції та конкурентних переваг підприємства у сфері соціальної відповідальності. Поширення концепції соціальної відповідальності на підприємствах є однією із найважливіших складових необхідних для покращення економічної системи в цілому.

Ключові слова: соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, становлення соціальної відповідальності бізнесу, організаційне управління, етика діяльності.

O. V. Dolgaleva, Doctor of Public Administration,
Professor
K. N. Lukashova student

Donbas National Academy of Civil Engineering and
Architecture, Kramatorsk, Ukraine
nik@donnaba.edu.ua

SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN INTEGRAL PART OF THE BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF ENTERPRISES IN UKRAINE

The article defines the factors and obstacles for the implementation of corporate social responsibility in the corporate strategy and proposes measures to increase the competitiveness of Ukrainian enterprises. Social responsibility and socially responsible business are an integral part of the present. The necessity of research of the concept and competitive advantages of the enterprise in the sphere of social responsibility is determined. The dissemination of the concept of social responsibility at enterprises is one of the most important components necessary for the improvement of the economic system as a whole.

Keywords: social responsibility of business, corporate social responsibility, formation of social responsibility of business, organizational management, ethics of activity.

Постановка проблеми. Питання соціальної відповідальності бізнесу, як складової стратегії розвитку, є актуальним. В Україні відсутня практика соціально відповідального ведення бізнесу. Відповідальне ставлення компаній до власного продукту або послуги, до споживачів, персоналу, партнерів, їх активна соціальна позиція є необхідним чинником у формуванні сучасної корпоративної стратегії. Суспільство потребує наявності такої статті у стратегічних планах підприємств-роботодавців, тобто всіх підприємств, і це має сприяти покращенню якості соціальної сфери життя. Для того, щоб українські підприємства могли скласти гідну конкуренцію на світовому ринку, вони повинні створити всі умови для впровадження принципів корпоративної соціальної відповідальності (КСВ). Використання принципів КСВ може бути ефективним інструментом, за допомогою якого підприємства

підвищати власну конкурентоспроможність. Завданням сучасної гуманітарної науки в цілому та цієї статті зокрема, є аналіз і розробка оптимальної структури планування соціальної відповідальності, яку можливо запропонувати бізнесу і суспільству як взаємовигідний довгостроковий проект, націлений на здобуття Україною максимально високого рівня добробуту і благоустрою соціальної сфери життя.

Аналіз досліджень і публікацій. Питанням соціальної відповідальності бізнесу займаються А.В. Куліш, О.М. Лазоренко, О.М. Петрос, І.Г. Шавкун та інші. Соціальна відповідальність бізнесу в ряді європейських країн реалізується дещо по-різному. Наприклад у Швеції, Фінляндії, реалізація цього питання ґрунтується на активній громадській політиці. В ряді інших країн Європи, Нідерландах, Словенії, Греції та інших, це питання є виключно функцією бізнес-компаній [3]. В Європейському союзі основною задачею соціальної відповідальності бізнесу є підтримка і розвитку компаній. Це призводить до значного покращення ситуації на ринку праці. Внаслідок цього підвищуються якість продуктів і послуг, що виробляються і надаються [4]. Але це не стосується сфери життя людини, що на пряму не пов'язана з роботою. В той же час, сфери життя людини, пов'язані з роботою – це майже всі існуючі, бо людина проводить на роботі до 47% часу свого життя [5].

Крім того, аналіз публікацій вітчизняних та зарубіжних вчених свідчить, що на даний час не вирішеними залишається ряд питань, які стосуються визначення напрямів підвищення ефективності соціально-відповідальної діяльності, пошуку систем оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності, розробки механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств. Недостатня розробленість зазначених питань, їх актуальність та практичне значення обумовили вибір даної теми.

Мета дослідження. Метою статті є теоретичне обґрунтування соціальної відповідальності бізнесу та розробка рекомендацій щодо впровадження соціальної відповідальності на сучасних підприємствах.

Викладення основного матеріалу дослідження. Соціальна відповідальність бізнесу – це відповідне відношення компанії, організації, індивідуального підприємця, що діють для здобуття прибутку, до свого продукту або послуги, а також, власне, до як споживачів і партнерів так і до кінцевих споживачів – власне всіх людей, що пов'язані з виникаючими правовідносинами. Це активна позиція суб'єкта бізнесу в соціальній сфері діяльності, що полягає у взаємовигідному співіснуванні, взаємній якісній взаємодії, постійному моніторингу бізнесом потреб суспільством та ефективній участі в реалізації, у вирішенні як саме гострих так і менш актуальних соціальних питань [1]. Бізнес, будь то підприємство, фірма, індивідуальний підприємець, є організацією, яка бере участь в торгівлі товарами чи послугами споживачам. Компанії, об'єднуючи людей з метою комерційної діяльності, є переважаючими в капіталістичній економіці, де переважна більшість з них приватні й існуючі з метою одержання прибутку для збільшення прибутку та загального рівня достатку їх власників [2]. З переходом форми суспільних відносин від централізованої державної до відокремленої підприємницької, що відбулося у процесі зміни державного устрою в Україні, не змінилися реальні потреби людей, що і являють собою основу будь-якої діяльності, у тому числі, підприємницької. Однак, за досягненням основної мети, отриманням прибутку, бізнесом, що функціонує у складних умовах розвитку і становлення держави, питання організації соціального захисту людини на сьогодні є однією з останніх галузей інтересів

підприємств, однак в умовах устрою суспільства в умовах побудови ринкової економіки, соціальну сферу виявилось будувати нікому.

Основною ідеєю цього дослідження є розуміння невід'ємності життя людей від їх діяльності на підприємствах за змістом розуміння поняття життя. Під способом життя розуміється стійка типова форма життєдіяльності особистості і спільнот, міра їх входження в соціум, типові взаємодії індивіда з суспільством, і групових стосунків групами, іншими людьми [5]. Знаходження людини на робочому місці відрізняється від знаходження її у місці дозвілля чи вдома взагалі географічно. Та з розвитком Інтернет-технологій все більш поширюється сфера віддаленої роботи за комп'ютером і навіть географічні характеристики знаходження працівника стають бути не основним показником.

Життєдіяльність людини в плані ефективності може пов'язуватися з рядом факторів, зокрема – психологічним розумінням комфорту. Людина не є роботом, однак капіталістичний устрій суспільства крім прямого товарно-грошового зв'язку діяльності людини обов'язково інші фактори не враховує. Однак це є помилкою. Та ж сама людина, що знаходиться на роботі, а відчуває себе як вдома, відчуваючи турботу підприємства про себе, може виконувати службові обов'язки не формально й мінімально, а з любов'ю і гарним настроєм. Ефективність нормочасу такої діяльності підвищується в декілька разів [6].

Соціальна відповідальність, як діяльність як приватних так і державних компаній на добровільній підставі спрямовується на досягнення найвищих соціальних стандартів якості співвідношень з персоналом, оптимізацію й досягнення мінімуму в рівню шкідливого впливу. Метою є вирівнювання соціальних диспропорцій в суспільстві, побудова взаємовідносин на основі довіри й взаємної турботи, взаємної поваги між бізнесом, суспільством і державою. Основною метою бізнесу є підвищення ефективності його діяльності та показників прибутковості в довгостроковому періоді [7]. Інститут економіки промисловості НАН України у 2018 р. провів ряд експертних вимірювань на виконання бюджетної теми «Соціальні чинники сталого розвитку промислового регіону». Було проаналізовано питання позитивних змін при виконанні соціально відповідальних дій щодо сталого розвитку в Україні [8]. Дані досліджень наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Позитивні наслідки соціально відповідальних дій у реалізації принципів сталого розвитку в Україні

Наслідки соціально відповідальних дій	%
Ефективне, обережне ставлення до навколишнього середовища, раціональне, дбайливе використання ресурсів природи	65,8
Соціально-економічна суспільна рівновага й розвиток і цьому напрямі	57,0
Покращення загального здоров'я населення, збільшення тривалості життя і як наслідок, трудової активності й трудового віку	44,3
Максимізація соціальної відповідальної держави, суспільства, бізнесу, як невід'ємних складових організації життя, для досягнення сталого розвитку	43,7
Встановлення системи цінностей, духовний і культурний розвиток суспільства	43,7
Використання ресурсозберігаючих технологій	40,5

Наслідки соціально відповідальних дій	%
Вдосконалення соціальних відносин, активізація зусиль суспільства та держави для надійного забезпечення сталого розвитку	39,2
Підготовка й реалізація моделі суспільного ладу згідно з завданнями сталого розвитку	26,6
Підвищення рейтингу України щодо сталого розвитку	12,0

Згідно даних досліджень, наведених у табл. 1, питання позитивного впливу соціальної відповідальності бізнесу на показники його діяльності є суспільно важливим.

Перелік елементів соціальної відповідальності бізнесу при виконанні корпоративної стратегії розвитку бізнесу та підприємства, як його складової [9]:

- функціональна інтеграція – будь яке соціальне управління буде більш ефективним, за умови спираючись не тільки на вирішення прямих оперативних та тактичних проблем. Загальний менеджмент підприємства, його інші функції повинні бути орієнтовані на проведення політики соціальної відповідальності. При виникненні в колективі підприємства виникнення ознак кризи, завдання локалізації і вирішення є одним з основних;

- професіоналізм роботи менеджерів підприємства зумовлюється наявністю вищої кваліфікації працівників, що беруть на себе питання реалізації політики соціального управління на підприємстві. Наявність необхідних навичок для ефективного проведення заходів соціального напрямку і власне управління цією задачею є важливим моментом управління;

- відповідальність за рішення в функціональній системі соціального управління розвитком підприємства повинна бути розвинута та збалансована. Система відповідальності за фінансові наслідки реалізації соціальної програми підприємства повинна бути фактором додаткового стимулювання досягнення правильного, ефективного управління в цьому питанні;

- оптимальне співвідношення командного та виборчого процесу у прийнятті рішень з соціальної політики розвитку, максимально можливе й допустиме залучення до прийняття рішень безпосередньо персоналу підприємства, яке ще не опинилося, або вже є в кризовому стані до розробки і вдосконалення соціальних заходів щодо забезпечення його нормального функціонування.

Система соціальної відповідальності є собою сукупністю дій держави, організацій, індивідуальних підприємців, які завдають впливу на якість життя власне членів суспільства.

З метою визначення меж охоплення саме своєї соціальної відповідальності деякого підприємства, виявлення проблем та встановлення пріоритетів розвитку, підприємству чи організації треба розглянути основні аспекти системи соціальної відповідальності [10].

Основні актуальні аспекти системі соціальної відповідальності:

- самоуправління організації;
- дотримання й реалізація прав людини;
- практика ефективних трудових відносин;
- питання охорони навколишнього середовища;
- практика сумлінних ділових відносин;
- проблеми власне споживачів продукції;
- участь підприємства в суспільному житті та розвиток.

Соціальна відповідальність як складова стратегії розвитку бізнесу.

Цікавим прикладом соціальної турботи підприємств є прибирання снігу біля своїх територій. Ця соціальна функція підприємств згідно Закону України №2807-15 «Про благоустрій населених пунктів» є їх обов'язком. Тому стратегія розвитку підприємства враховує ці дії в плануванні бюджету на рік. Виникає питання можливості законодавчого зобов'язання підприємств піклуватися про добробут людей в інших сферах. Такий путь розвитку соціальної відповідальності бізнесу є можливим та розглядається рядом авторів [11].

Вважається, що слов'янському менталітету історично властиво робити і отримувати блага добровільно.

Найважливішим завданням суспільства є донести до бізнесу розуміння того, що путь його розвитку неможливий без планування соціальної відповідальності, як складової стратегії розвитку в коротко й довгострокових перспективах та, що особливо важливо, виконання запланованих засобів з найвищим пріоритетом діяльності.

Враховуючи факт відсутності благодійного стимулювання соціальної відповідальності бізнесу в Україні з боку держави, одним із можливих напрямів стратегії розвитку цього питання може бути європейський досвід. За активну соціальну діяльність окрім непрямої віддачі у виді підвищення корисної дії нормочасу роботи працівників, підвищення кількості заінтересованих клієнтів в одиницю часу, підприємства отримують значні пільги з оподаткування, інвестування та інші, передбачені законодавством Європи [13].

Висновки. Розуміння бізнесом факту потреби організації турботи про людей, як важливішого пункту стратегії розвитку є наявним завданням суспільства.

Важливим фактором стимулювання розуміння цього питання сучасним бізнесом в Україні є ефективна наукова діяльність. Соціальна відповідальність повинна бути важливішою складовою стратегії розвитку бізнесу на підприємствах України, бо є взаємовигідною для держави, бізнесу і суспільства, але це питання на сьогодні потребує звернення на нього особливої уваги.

Література

1. Грішнова О. А. Людський розвиток: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 308 с.
2. Лазоренко О. Принципи корпоративної соціальної відповідальності: тенденції сучасного світового досвіду. *Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: експертна думка*. Київ: Стилос, 2007. С. 10–28.
3. Іванова В. В. Концепція корпоративної соціальної відповідальності. *Людина і право*. 2010. № 11. С. 54-57.
4. Котлер Ф., Лі Н. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Пер. з англ. С. Яринич. Київ: Стандарт, 2005. 302 с.
5. Долматова В. Ю. Соціальна відповідальність бізнесу. *Аудит і фінансовий аналіз*. 2012. № 1. С. 359-362.
6. Джордж Р.Т. Деловая этика / Пер. с англ. Р.И. Стопера. — СПб., «Экономическая школа», М., Издат. группа «Прогресс», 2001. Т.1.
7. Гирик О., Денис О., Дубовик О., Жеребило І., Зінченко А., Реверчук Н., Саприкіна М., Семів Р., Скринник З., Телюк К. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник. Київ: УБС НБУ, 2009. 258 с.
8. Саприкіна М. А., Саєнсус М. А., Зінченко А. Г., Ляшенко О. М., Місько Г. А. Корпоративна соціальна відповідальність: моделі та управлінська практика: посібник. Київ: Фабований лист, 2011. 480 с.
9. Шавкун І.Г. Проблема корпоративної соціальної відповідальності топ-менеджменту: методологічний аспект. *Грані: Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах*. 2008. № 5 (62). С. 57 – 61.
10. Петроє О. М. Соціальний діалог як інструмент формування корпоративної соціальної політики: монографія. Київ: Центр учбової літератури, 2008. 152 с.
11. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. URL: <http://www.un.org.ua/ua/publications-and-reports/un-inukraine-publications> (дата звернення 10.09.2018).
12. Лазоренко О., Колишко Р., та ін. Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності: посібник із КСВ. Київ: Видавництво «Енергія», 2012. 96 с.