

РОЗДІЛ 3

ЕКОНОМІЧНІ, ФІНАНСОВІ ТА МАРКЕТИНГОВІ ПРОБЛЕМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

УДК 316.66:323.326 (477)

Ю.О. Гайдученко

СТАНОВЛЕННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Досліджуються стратегічні напрями розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні як складової соціальної політики держави. З'ясована економічна природа та сутність соціально відповідального бізнесу, основні теорії та підходи до вивчення; розглянуто значення СВБ в системі економічних відносин суспільства; визначено основні чинники підвищення ефективності СВБ в Україні; проаналізовано методи державної політики розвитку соціально відповідального бізнесу в умовах інноваційного розвитку економіки; визначено пріоритетні напрями державної політики стосовно розвитку та удосконалення соціально відповідального бізнесу в сучасних умовах. Досліджуються теоретико-методологічні основи соціально відповідального бізнесу. Визначені теоретичні засади дослідження СВБ. Розкрито закономірності виникнення та історичні етапи розвитку СВБ. Проаналізовано нормативно-правові основи СВБ у світі. Дано характеристику становлення СВБ в Україні, як складової державної соціальної політики. Вивчено особливості впровадження практики СВБ на прикладі провідних українських компаній. З'ясовано перспективи та шляхи розвитку СВБ в Україні в сучасних умовах.

Ключові слова: соціальна відповідальність, соціальна відповідальність бізнесу, суспільні блага, власні інтереси, економічна відповідальність, соціальне інвестування, соціальні ініціативи.

Исследуются стратегические направления развития социальной ответственности бизнеса в Украине как составляющей социальной политики государства. Анализируется экономическая природа и сущность социально ответственного бизнеса, основные теории и подходы к изучению; рассмотрено значение СОБ в системе экономических отношений общества; определены основные факторы повышения эффективности СОБ в Украине; проанализированы методы государственной политики развития социально ответственного бизнеса в условиях инновационного развития экономики; определены приоритетные направления государственной политики относительно развития и совершенствования социально ответственного бизнеса в современных условиях. Исследуются теоретико-методологические основы социально ответственного бизнеса. Определены теоретические основы исследования СОБ. Раскрыты закономерности возникновения и исторические этапы развития СОБ. Проанализированы нормативно-правовые основы СОБ в мире. Дана характеристика становления СОБ в Украине, как составляющей государственной социальной политики. Изучены особенности внедрения практики СОБ на примере ведущих украинских компаний. Определены перспективы и пути развития СОБ в Украине в

современных условиях.

Ключевые слова: социальная ответственность, социальная ответственность бизнеса, общественные блага, собственные интересы, экономическая ответственность, социальное инвестирование, социальные инициативы.

We study the strategic directions of SRB development in Ukraine as part of social policy. Clarified the economic nature and essence of socially responsible business, major theories and approaches to learning ; The role of SRB in the economic relations of society; identified the main factors increasing the efficiency of SRB in Ukraine ; The methods of public policy of socially responsible business in the innovative development of the economy; priority directions of the state policy on the development and improvement of socially responsible business in today's environment. Explores theoretical and methodological foundations of socially responsible business. Theoretical bases of research SRB. Revealed patterns of occurrence and historical stages of development of the SRB. Analyzed the legal basis SRB in the world. The characteristic of the formation of the SRB in Ukraine as part of government social policy. The features of the SRB implementation practice on the example of the leading Ukrainian companies. The prospects of the development of the SRB and in Ukraine in modern conditions.

Keywords: social responsibility , corporate social responsibility , social benefits, self-interest , economic responsibility, social investment, social initiatives.

Постановка проблеми. Досвід останніх десятиліть свідчить, що серед основних чинників, що визначають державу як соціально-орієнтовану, головним є стан та умови реалізації соціальної відповідальності. Більшість держав, зокрема, членів Європейського Союзу, вважає соціальну відповідальність не тільки важливою стратегією розвитку підприємництва, але й практичним механізмом нівелювання соціально-економічних проблем суспільства.

У добу глобалізації, що швидко набирає оберти, потрібно усвідомлювати не тільки, що за товари ми купуємо, але і те, як їх виробляють. Все частіше піднімається питання про розумне та етичне споживання, про відповідальність яку бере на себе не тільки виробник, але і споживач. Забруднення навколишнього середовища, експлуатація дитячої праці, виробництво із травматичним робочим середовищем, все це є викликами сьогодення. Компанії та організації, що націлені на отримання довгострокового прибутку повинні працювати не тільки згідно із нормами права, але й мати відповідальність за кожен крок, що вони роблять. Саме ці проблеми покликана вирішити стратегія соціальної відповідальності, яка передбачає інтеграцію соціальних та екологічних аспектів у щоденну комерційну діяльність підприємств, та в їхню

взаємодію на добровільній основі з зацікавленими сторонами. Підприємства з низьким рівнем соціальної відповідальності не задовольняють інтересів зацікавлених сторін, оскільки вони спрямовані лише на одержання короткострокового прибутку.

Аналіз актуальних досліджень. Впровадження практики СВБ потребує глибокого попереднього аналізу. Цій проблемі присвячені праці таких вчених як: М.Фрідмен, Д.Хендерсон, К.Виден, Д.Галаскевич, Ф.Котлер.

У сучасній українській та російській науці цю проблему розглядають такі вчені як І. Богомолова, Т. Овчінікова, І. Давіденка, Ю. Петруніна, В. Борисова, В. Вязова, О. Іншакова, Н. Лебедева, І. Кириченко, Н. Тимошенко, П. Яницького, П. Калити, О.Д. Василик, М.І. Долішній, В.М. Гейц, В.Л. Осецький, А.А. Чухно та ін.

Проте, незважаючи на значні досягнення у визначенні основних теоретико-методологічних засад дослідження соціальної відповідальності бізнесу, залишається невизначеним питання про встановлення подальшої реалізації практики СВБ у стратегію розвитку України.

Мета статті. Метою даної статті є дослідження проблематики соціальної відповідальності бізнесу та визначення стратегічних напрямків його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Визначення, яке найбільш повно характеризує категорію соціальної відповідальності бізнесу, на нашу думку, дано Пітером Друкером, основоположником теорії менеджменту та дослідником соціальної відповідальності бізнесу. Відповідальність полягає у тому, щоб зробити своїм власним інтересом те, що за своєю суттю є суспільним благом. Тобто компанія дійсно стає відповідальною у тому випадку коли прирівнює свої цілі та інтереси до інтересів всього суспільства [8].

Існує декілька підходів до визначення сутності соціальної відповідальності.

Відповідно до першого підходу, соціальна відповідальність визначається

як діяльність, що спрямована на максимізацію прибутку підприємств. Її основним прихильником був Мільтон Фрідман, який писав в своїй книзі 1962 року «Капіталізм і свобода» («Capitalism and Freedom») : «...є одна і лиш одна соціальна відповідальність бізнесу – використовувати свої ресурси і брати участь в діяльності, спрямованій на збільшення прибутку до тих пір, поки це знаходиться в рамках правил гри, які полягають у відкритій і вільній конкуренції без обману або шахрайства...» [1, 2, 3]. Іноді цей підхід називають інструментальним, тобто таким що націлений на отримання економічної вигоди від діяльності підприємства і прирівнюється до економічної відповідальності за дотримання чинного законодавства і беззбитковості.

Так виник другий підхід, прямо протилежний першому, що має назву «теорія корпоративного альтруїзму» або теорія зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Прихильники теорії зацікавлених сторін стверджують, що завданням бізнесу окрім максимізації прибутку є участь у реалізації соціальних, освітніх, екологічних програмах. З метою отримання неекономічної користі у довгостроковому періоді таких як імідж та репутація підприємства, потрібно ранжувати всі групи зацікавлених сторін за ступенем та характером їх впливу на організацію. Подальша розробка стратегії соціальної відповідальності повинна будуватись із врахуванням цих даних.

Інша точка зору отримала назву теорії освіченого або розумного егоїзму. У ній, концепція соціальної відповідальності, ототожнювалася зі спонсорством і добродійністю як різновидами соціального інвестування. Найчастіше соціальна відповідальність дорого коштує та не приносить відчутних миттєвих вигод. Прикладом такої ситуації є випадок з LeviStrauss&Co яка у 1995 відмінила всі свої контракти з Бірмою із-за масових порушень прав людини у цій країні. Компанія не отримала нічого навзаєм [8].

Основою сучасної нормативно-правової бази СВБ у світі є Цілі розвитку тисячоліття, які заклали концептуальне підґрунтя для подальшого світового розвитку.

- Ціль 1. Подолання бідності.
- Ціль 2. Забезпечення доступу до якісної освіти впродовж життя.
- Ціль 3. Забезпечення гендерної рівності.
- Ціль 4. Зменшення дитячої смертності.
- Ціль 5. Поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності.
- Ціль 6. Обмеження поширення ВІЛ-інфекції/СНІДу та туберкульозу і започаткування тенденції до скорочення їх масштабів.
- Ціль 7. Забезпечення сталого розвитку довкілля [12].

Із часом, розвиток цих ідей призвів до впровадження міжнародної ініціативи, що об'єднувала б у собі представників бізнесу, влади та неурядового сектору. Глобальний договір став логічним продовженням Цілей розвитку тисячоліття.

Ідея соціально та екологічно відповідального бізнесу лежить в основі Глобального пакту ООН – висунутої у 2000 році ініціативи, яка спрямована на заохочення суб'єктів бізнесу до поліпшення свого корпоративної соціальної та екологічної поведінки згідно з десятьма принципами, які відображають певні стандарти: праці; прав людини; охорони довкілля; боротьби з корупцією [4].

Базові, загальноєвропейські принципи політики Європейського Союзу щодо підтримки СВБ викладена таких основних документах як:

- Комюніке Європейської Комісії з КСВ: Внесок бізнесу у сталий розвиток (Communication from the Commission concerning Corporate Social Responsibility: A business contribution to Sustainable Development, 2002);
- «Зеленій книзі» ЄС (Promoting European Framework for corporate social responsibility. Green Paper, 2001).

В Україні прийнято Закон про державно-приватне партнерство, який визначає основні засади співпраці держави та бізнесу [5].

До розробки проблематики СВБ підключаються бізнес та громадський сектор. Провідною організацією є ГО «Спільнота Соціально Відповідальний

Бізнес» [7], що постійно проводить конференції випускає навчальні посібники, бере участь у процесі не фінансового моніторингу [6].

Оцінюючи результати дослідження проблематики відносно соціально відповідального бізнесу в Україні можна зробити декілька висновків.

По-перше, суспільство ще не готове до сприйняття концепції соціальної відповідальності для кожного. СББ поки що залишається ношею бізнесу, яку він буде нести самостійно.

По-друге, наразі, присутня низька роль впливу репутації компанії при виборі товарів та послуг, а також існує недовіра до соціальних ініціатив компанії. На заході процент свідомих споживачів складає 75%. В Україні, за даними дослідження, проведеного за замовленням МТС у 2012 році, – тільки 21% споживачів обирає продукти або послуги компанії, звертаючи увагу на її соціальні проекти [11].

По-третє, спостерігається відсутність бажання сприймати соціальну відповідальність бізнесу із-за стереотипів: фірми не сплачують податки, випускають неякісний товар.

По-четверте, суспільство досі сприймає поняття «стандарт» як таке, що повинно впроваджуватись у обов'язковому порядку, а не як модель до створенню якої потрібно йти.

В Україні прояви соціальної відповідальності бізнесу носять рідкий та спонтанний характер і не мають вигляду чіткої стратегії по формуванню іміджу організації. При цьому є дуже поширеним явище коли рішення про соціальне інвестування приймається вищим керівництвом на основі особистих поглядів та цінностей, не враховуючи цінності компанії та очікуваний від акції результат.

Більшість середніх українських компаній вважають, що соціальна відповідальність бізнесу залишається прерогативою великого бізнесу, що має до цього можливості. Підтвердженням цього є перелік організацій, що стали членами Глобального договору ООН. Серед них немає середніх підприємств.

Українські компанії застосовують соціальну відповідальність як технології, а не принцип діяльності. Стандарти етики, прозорості є формальними і декларативними. Прикладом цього є приєднання до Глобального договору ООН, який є добровільною організацією із певними вимогами. Для більшості українських компаній приєднання до Глобального Договору не завжди є фактом підвищення рівня соціальних вимог – частіше це додатковий PR хід.

Цікавою особливістю українських компаній є висвітлення результатів СББ через ЗМІ. Можна побачити акцентування уваги на самому факті та обсязі витрат замість висвітлення корисності для громадян та суспільної проблеми, що вирішується. Звісно ЗМІ висвітлює таку інформацію на комерційних умовах. Більше того, СББ сприймається суспільством як намагання компенсувати завдану навколишньому середовищу шкоду. Особливо це стосується шкідливих виробництв.

Українські організації спрямовують основні зусилля на фінансову підтримку закладів охорони здоров'я, культурні, спортивні та релігійні заходи. Так як такі витрати найбільш вигідні з точки зору ефекту пізнаваності – це надійно формує лояльне відношення населення.

Наприклад, компанія «Крафт Фудз Україна», виробництво якої знаходиться у м. Тростянець є одним з лідерів СББ в Україні. За власною статистикою сума соціальних інвестицій 2008-2010 роках становить майже 4 мільйони гривень.

Компанія «Крафт Фудз Україна» вже третій рік поспіль організувала літній табір «Водограй» для сиріт Тростянецького району Сумської області та с. Старі Петрівці Вишгородського району Київської області. Загалом у таборах організованих компанією взяло участь 250 малозахищених дітей.

За останні сім років на модернізацію Тростянецької районної лікарні та Вишгородської центральної лікарні спрямовано майже 1 мільйон гривень. Починаючи з 2004 року було передано лікарні пересувний флюорографічний

кабінет, операційний стіл, біохімічний аналізатор крові, стоматологічну установку, обладнання для штучної вентиляції легень новонароджених, два автомобілі «Швидкої допомоги», електрокардіограф.

«Крафт Фудз Україна» є найбільшим роботодавцем в Тростянці та один з найбільших на Сумщині. Кожна сьома сім'я у місті живе завдяки успішності фабрики.

За останні 5 років у Тростянці та Старих Петрівцях облаштовано 2 тренажерних зали, створено 2 спортивних та 5 дитячих майданчиків. Компанія піклується про вихованців дитячих будинків [9].

Звісно це сприяє високій репутації компанії, лояльності працівників, популярності бренду не тільки у м.Тростянець, який є базою для найму робітників, але й по всій Україні.

Та ще один приклад – це група АВЕК. За роки свого існування Група АВЕК підтримала цілий ряд місцевих ініціатив у сферах розвитку творчості, спорту й відновлення «обличчя» Харкова. Городянам запам'яталися реконструйований Сквер Перемоги, пам'ятники Скрипалеві на даху й Футбольному м'ячу, музичні вечори під відкритим небом, молодіжні футбольні «Турніри 1000 команд» і успіхи автомобільної спортивної команди «АВЕК-Моторспорт».

До складу Групи входить популярна художня галерея «АВЕК», розташована в атріумі харківського офісу АВЕК по вул. Сумській, 70. Тут постійно проходять виставки робіт кращих майстрів України, всесвітньо визнаних діячів мистецтва, а також пов'язані з ними зустрічі та семінари. З моменту створення галерею «АВЕК» відвідало більше мільйона людей.

Приділяючи особливе значення соціальній відповідальності, Група компаній АВЕК бере безпосередню участь у розвитку України як сучасної європейської держави. Щорічні наукові змагання студентів є частиною соціальної програми ПАТ «Концерн АВЕК та Ко», спрямованої на підтримку талановитої молоді. В межах цієї програми 14 листопада 2013 в галереї

«АВЕК» пройшло нагородження переможців конкурсу серед студентів і аспірантів [10].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Соціальна відповідальність стрімко поширюється серед українських підприємств, не дивлячись на брак законодавчої бази, недостатню поінформованість, відставання від світових трендів, відсутність державної підтримки. З повною впевненістю можна стверджувати, що СВБ стане органічним компонентом у стратегіях розвитку українських компаній у найближчі 5 років, але при значній допомозі держави.

Література

1. Capitalism and Freedom, 1962 Капитализм и свобода / Пер. с англ. М.: Новое издательство, 2006. – 240 с.
2. Freeman, R.E., Strategic Management: a Stakeholder Approach, Pitman, Boston. 1984.
3. Friedman M. The social responsibility of business is to increase its profits // New York Times. September 13. 1970.
4. Глобальний пакт ООН. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/inukraine>.
5. Закон України Про державно-приватне партнерство. / [Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, №40, ст.524].Закон України «Про державні стандарти та державні соціальні гарантії». Закони України. – К.: І нт-т законодавства Верховної Ради України. – 2005.
6. Історія СВБ. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/about/history>.
7. Про спільноту СВБ. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.svb.org.ua/about>.
8. Роцин С.К. Предпринимательская деятельность: психология и идеология // Психологический журнал. – 1995. – Т.16.-№1. с. 36.
9. Соціальна відповідальність. Електронний ресурс. – Режим доступу:

<http://global.mondelezinternational.com/ua/uk/Responsibility/default.aspx>.

10. Соціальні інвестиції. Електронний ресурс. – Режим доступу: http://avec.ua/ua/projects/index.php?SECTION_ID=56.

11. Технології на службі суспільства. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://svb.org.ua/solutions/tekhnologii-na-sluzhbi-suspilstva>.

12. Цілі розвитку тисячоліття. Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://www.un.org.ua/ua/millennium-development-goals>.