

Макроэкономика

Надежда РЕЗНИК

**СОЦИАЛЬНАЯ  
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА:  
СУЩНОСТЬ И ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ****Резюме**

Исследованы основные элементы механизма социальной ответственности бизнеса. Обобщены научные подходы к определению сущности категории «социальная ответственность бизнеса», предложена авторская трактовка. Определены основные стимулы, которые будут способствовать социальной направленности предпринимательской деятельности. Предложены основные направления, ведущие к повышению эффективности механизма социальной ответственности бизнеса.

**Ключевые слова**

Социальная ответственность, предпринимательская деятельность, механизм, АПК, партнёрство.

**Классификация по JEL:** M14, L26.

---

© Надежда Резник, 2014.

Резник Надежда, докт. экон. наук, профессор, Киевский международный университет, Украина.

**Постановка проблемы.** Переход Украины к устойчивому экономическому развитию, интеграция в европейское и мировое содружество требуют ввода современной практики взаимодействия общества, государства и бизнеса, которые позволили бы усилить взаимную ответственность всех участников, создать условия для дальнейшего стабильного развития страны.

С учетом общественной значимости социальной ответственности бизнеса, данная проблематика приобретает особенную актуальность.

**Анализ последних исследований и публикаций.** В последнее время разные аспекты реализации принципов социальной ответственности бизнеса нашли отражение в трудах украинских учёных, в частности В. Воробья, Л. Денисюка, А. Лазаренка, М. Сапрыкиной, В. Смиренского, М. Стародубской и других.

Вместе с тем, современный этап глобализации предопределяет необходимость исследования новейшей парадигмы формирования механизма социальной ответственности бизнеса и обобщение направлений адаптации мирового опыта, его применения в деятельности национальных компаний.

**Постановка задачи.** Целью статьи является исследование основных элементов механизма социальной ответственности бизнеса и разработка направлений повышения его эффективности.

**Изложение основного материала.** В экономически развитых странах мира получила распространение концепция социальной ответственности бизнеса, которая заключается в сознательном отношении субъектов хозяйственной деятельности к требованиям социальной необходимости, социальных заданий, морально-этических норм и ценностей, понимания последствий своей деятельности для общества, государства, потребителей, деловых партнёров и своих работников [1].

В научной литературе социальную ответственность также рассматривают как продвижение практик ответственного бизнеса, которые приносят пользу бизнесу и обществу и содействуют социальному, экономическому и экологически стойкому развитию путём максимизации позитивного влияния бизнеса на общество и минимизацию негативного [2, с. 23].

Согласно другому определению, социальная ответственность бизнеса означает достижение коммерческого успеха путями, которые ценят морально-этические принципы содружества и окружающую среду [3].

Социальную ответственность бизнеса можно также определить и как свободный выбор компании в пользу повышения уровня благосостояния

общества с помощью соответствующих подходов к ведению бизнеса и предоставлению корпоративных ресурсов. В общем понимании корпоративная ответственность – это все действия компании, которые положительно влияют на общество [4, с. 67].

В более широком понимании под социальной ответственностью следует понимать ответственное отношение любой компании к своему продукту или услуге, потребителям, работникам, партнёрам, активную социальную позицию компании, которая заключается в гармоничном сосуществовании, взаимодействии и постоянном диалоге с обществом, участии в решении острых социальных проблем [5, с. 35].

Следовательно, на сегодня не существует единственного научного подхода к трактовке категории «социальная ответственность бизнеса».

Именно поэтому целесообразно, по нашему мнению, согласиться с научным подходом [6], в котором отмечается, что основополагающим принципом исследования феномена социальной ответственности должно быть понимание его как формы осмысления субъектом его общественной сущности и адекватной этому своей сознательной деятельности. В данном контексте социальную ответственность можно рассматривать в двух измерениях [6, с. 67].

1. Социальная ответственность как обязанность личности, менеджмента, организации, государственной структуры принимать решение и предпринимать действия, которые повышают уровень благосостояния, отвечают интересам как общества, компании, общины, так и каждого отдельного человека, что отображает этико-моральный аспект общественных отношений. Признание и принятие социальной ответственности является для организации добровольным и связано с желанием сделать вклад в развитие общества, к чему не обязывают ни экономические мотивы, ни юридические законы. Это действия, поступки и мероприятия филантропического устремления, которых никто не требует и которые не предоставляют организации ощутимой пользы или прибыли. В этом смысле социальная ответственность рассматривается как разновидность общественной, наряду с экономической и юридической.

2. Социальная ответственность как универсальная форма связи и взаимозависимости личности, государства и общества, их возможности оценить последствия своей деятельности для устойчивого общественного развития «отображает ценностно-правовой аспект общественных отношений. Актуализация этой идеи переносит ударение с ответственности человека перед обществом и государством на социальную ответственность государства перед обществом и человеком» [7, с. 9]. Социальная ответственность как оптимальный вариант взаимосогласованный интересов, прав и обязанностей общественных субъектов является своеобразным способом взаимного ограничения их действий относительно естественных, экономи-

ческих, социальных и культурных реалий. Таким образом, отношения между государством, бизнесом, обществом и личностью должны формироваться на основе взаимной ответственности. Это проявляется в принятии и сдерживании каждым из отмеченных субъектов конкретных обязательств относительно других, в частности относительно «ответственности государственных органов и должностных лиц за невыполнение их обязанностей перед обществом и личностью, ... а от каждого человека – исполнения своих обязанностей перед обществом и государством» [7, с. 9].

Обобщая вышеизложенные подходы, целесообразно, по нашему мнению, определить социальную ответственность бизнеса как процесс сознательной реализации комплекса мероприятий в различных сферах общественной жизни, направленных на получение социального и экологического эффектов.

Исходя из вышеупомянутого, социальная ответственность бизнеса является добровольной деятельностью предприятий частного и государственного секторов, направленной на соблюдение высоких стандартов хозяйственной деятельности, социальных стандартов и качества работы с персоналом, минимизацию вредного влияния на окружающую естественную среду с целью выравнивания имеющихся экономических и социальных диспропорций; создание партнёрских взаимоотношений между бизнесом, обществом и государством; улучшение результативности бизнеса в долгосрочном периоде [1].

В соответствии с европейской практикой, социальная ответственность бизнеса распространяется на семь основных направлений [1]:

- соблюдение прав человека;
- соблюдение требований законодательства;
- деловая и корпоративная этика;
- защита окружающей естественной среды;
- сотрудничество с заинтересованными сторонами: сотрудниками, потребителями, акционерами, обществом, субъектами ведения хозяйства;
- соблюдение международных норм поведения;
- прозрачность и подотчётность.

В Украине свыше 65 % компаний относят к социальной ответственности внедрение социальных программ, улучшение условий труда персонала, развитие персонала и его учёбу (63,2 %), благотворительную помощь обществу (56%), этичное отношение к покупателям (49,5 %) (табл. 1).

Таблица 1

**Составляющие понятия «социальная ответственность бизнеса»**

Формы проявления	%
Внедрение социальных программ улучшения условий труда собственного персонала	65,5
Учёба персонала	63,2
Благотворительная помощь	56,0
Применение в политике компании принципов этичного и ответственного отношения к потребителям	49,5
Участие в региональных программах развития	32,3
Реализация экологических программ	29,8
Политическое соблюдение прав акционеров	20,8
Открытое предоставление информации о компании	18,7

Источник: [8, с. 8].

Анализ практики соблюдения принципов социальной ответственности бизнеса позволил определить факторы, влияющие на эффективное функционирование механизма, в том числе в АПК.

1. Базовым условием социально ответственного бизнеса является реализация добросовестной деловой практики относительно основных групп стейкхолдеров. С одной стороны, такая практика предусматривает своевременное выполнение налоговых обязательств в полном объёме, что, непосредственно, влияет на формирование доходной части бюджета, финансирование государственных социальных программ. С другой – предусматривает прозрачность бизнес операций, в том числе раскрытие информации по финансовым и социальным вопросам и верификации соответствующей отчётности независимыми аудиторскими компаниями, что, в свою очередь, способствует постепенному снижению уровню теневой экономики в стране, преодолению бюджетного дефицита [9].

2. Одной из неотложных потребностей многих отраслей АПК является необходимость во внедрении новейших технологий, модернизации производственных мощностей.

Управление, построенное на принципах социальной ответственности, обеспечивает предприятию инновационную направленность развития. Процесс поиска путей гармонизации интересов владельцев относительно цены, качества, безопасности и экологии является непосредственным катализатором инноваций, в том числе и связанных с модернизацией производственных мощностей.

Следовательно, распространение практики реализации социальной ответственности на отечественных предприятиях АПК можно рассматривать как дополнительный рычаг стимулирования их инновационного развития.

В-третьих, развитие социальной ответственности отечественных производителей, являющихся ведущими предприятиями страны, поможет повысить авторитет государства на международном уровне. Это, в свою очередь, предусматривает положительное влияние и на инвестиционную привлекательность Украины [9].

В большинстве стран ЕС разработаны и функционируют государственные программы поддержки и стимулирования вышеупомянутых процессов, в которых государство определяет социально ответственное поведение для бизнеса, приобщает компании частного и государственного секторов к общему выполнению общественно важных заданий, стимулирует бизнес к социально ответственной деятельности [1].

Согласно данным табл. 2, в Украине снижение уровня налогообложения является наиболее весомым стимулом для реализации программ социальной ответственности бизнеса. Вторую и третью позиции в рейтинге стимулов занимают, соответственно, снижение административного давления и программы от органов местной власти.

*Таблица 2*

**Потенциальные стимулы для программ социальной ответственности бизнеса**

Стимул	Малые предприятия	Средние предприятия	Большие предприятия
Снижение налогов	73,3	80,2	73,5
Снижение административного давления	51,2	56,7	48,4
Предложение по реализации программ социальной ответственности	21,6	25,6	37,0
Расширение банка социальных и информационных программ	14,9	18,1	17,9
Освещение в СМИ	17,2	14,5	15,7
Более тесные связи с неприбыльными организациями	6,6	4,6	6,2

Источник: [8, с. 49].

В современном мире социально ответственная деятельность бизнеса является общепринятой традицией, которой придерживается значительное количество больших, средних и даже малых предприятий [1].

Развитие социальной ответственности бизнеса в Украине консолидируется вокруг международных организаций и проектов, в частности Представительства ООН в Украине, которое в 2006 году начало и поддерживает деятельность украинской сети Глобального договора ООН, охватывающей свыше 140 организаций.

В Украине большинство компаний (как больших, так и средних) не имеет определённой стратегии социальной ответственности и находится на этапе соблюдения законодательства и «точечных» благотворительных проектов. Лидеры украинского бизнеса, в частности, частной формы собственности, осуществляют активную благотворительную деятельность (стратегическую благотворительность) и используют инструментарий связей с общественностью (PR). Почти все большие компании проводят проекты повышения эффективности бизнес-процессов с определёнными социальными или экологическими преимуществами, однако большинство не делает привязки таких бизнес-проектов к собственной социальной ответственности [10].

Основным инструментарием механизма социальной ответственности в Украине является: внедрение систем управления СОБ, ввода социальной отчётности и верификации; организация партнёрств с группами влияния, что позволяет предприятиям приобщиться к решению определённых сложных социальных и экологических проблем благодаря объединению финансовых, человеческих и административных усилий на прозрачных и чётких условиях; разработка инновационных товаров и услуг, помогающих преодолеть конкретные социальные проблемы; адаптация международных проектов и стратегий к украинскому рынку [11, с. 16].

Основными факторами ведения отечественными предприятиями СОБ являются [12]: во-первых, позитивная репутация, как способ конкурентной борьбы для ТНК в Украине и компаний, осуществляющих международную деятельность; во-вторых, собственные убеждения; в-третьих, расширение рынков сбыта; в-четвертых, возможность доступа к дешёвым финансовым ресурсам, которые окажутся при оценке возможности получения относительно дешёвых кредитных ресурсов для развития бизнеса, особенно от международных финансовых институтов; в-пятых, повышение капитализации, что является следствием увеличения привлекательности предприятий перед инвесторами [11, с. 16].

**Выводы.** Следовательно, на современном этапе для активизации процессов в сфере социальной ответственности в Украине, в первую очередь, необходимо [10]:

- изменение общественного сознания относительно понимания содержания, значимости социальной ответственности для развития социально ориентированного государства, а среди самих предпринимателей – стратегического значения социально ответственной позиции для укрепления конкурентоспособности компаний на рынке и долгосрочного устойчивого развития;
- формирование законодательной базы, которая обеспечит заинтересованность бизнеса во внедрённые социальных программ, а также нормативно-правовых актов, которые стимулируют развитие социальной ответственности;
- создание партнёрской сети, в рамках которой участники получают широкие возможности для продвижения корпоративной репутации на региональном и макроэкономическом уровнях;
- внедрение методологических основ предоставления помощи в планировании и реализации конкретных социальных проектов и программ, реализации корпоративных систем социальной ответственности;
- создание банка данных социальных и экологических инициатив, в реализации которых могли бы участвовать государственные органы власти, общественные организации и предпринимательские структуры.

### **Литература**

1. Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309\\_strategiya\\_spriyannya\\_rozvitku\\_svb\\_v\\_ukrayini.pdf](http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf).
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н. Лі. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.
3. Мазуренко В. П. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі / В. П. Мазуренко // Ефективна економіка. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199>.
4. Файдор М. Ответственность бизнеса / М. Файдор // Деловой мир. – 2008. – № 5. – С. 66–69.
5. Баффетт У. Эссе об инвестициях, корпоративных финансах и управлении компаниями / У. Баффетт. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 268 с.



6. Фурса М. Розвиток корпоративної соціальної відповідальності в Україні: державно-управлінський аспект / М. Фурса // Ефективність державного управління. – 2012. – № 30. – С. 67–74.
7. Савченко І. Г. Інституційна відповідальність органів державної влади в умовах розбудови соціальної держави в Україні [Текст] : автореф. дис. на здоб. наук. ступ. к. держ. упр. : спец. 25.00.01. – «Теорія та історія державного управління» / І. Г. Савченко. – Харків : ХарПІДУ НАДУ, 2007. – 15 с.
8. Звіт про стан соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.un.org.ua/files/SURVEY\\_UKR.pdf](http://www.un.org.ua/files/SURVEY_UKR.pdf).
9. Хамідова А. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор підвищення ефективності механізму державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / А. Хамідова. – Режим доступу : <http://www.csjournal.com/news/2661-korporativna-socialna-vidpovidalnist-yak-faktor-pidvishhennya-efektivnosti-mexanizmu-derzhavnogo-regulyuvannya-ekonomiki.html>.
10. Соціальна відповідальність – основа філософії бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.svb.org.ua/reviews/sotsialna-vidpovidalnist-osnova-filosofii-biznesu>.
11. Воробей В. Соціальна відповідальність бізнесу. Українські реалії та перспективи [Інформаційно-аналітичний матеріал] / В. Воробей, І. Журовська. – К. : Проект СББ, 2012. – 56 с.
12. Ворона О. Практика реалізації соціальної відповідальності бізнесу в Європі та в Україні [Електронний ресурс] / О. Ворона. – Режим доступу : [http://www.rusnauka.com/10\\_NPE\\_2010/Economics/62028.doc.htm](http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62028.doc.htm).

Статья поступила в редакцию 1 июля 2014 г.