



Макроекономіка

Надія РЕЗНІК

**СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ:
СУТНІСНО-ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ**

Резюме

Досліджено основні елементи механізму соціальної відповідальності бізнесу. Узагальнено наукові підходи до визначення сутності категорії «соціальна відповідальність бізнесу», запропоноване її авторське трактування. Визначено основні стимули, що сприятимуть соціальній спрямованості підприємницької діяльності. Запропоновано основні напрями підвищення ефективності механізму соціальної відповідальності бізнесу.

Ключові слова

Соціальна відповідальність, підприємницька діяльність, механізм, АПК, партнерство.

Класифікація за JEL: M14, L26.

© Надія Резнік, 2014.

Резнік Надія, докт. екон. наук, професор, Київський міжнародний університет, Україна.

Постановка проблеми. Перехід України до сталого економічного розвитку, її інтеграція до європейського і світового співтовариства вимагають запровадження сучасної практики взаємодії суспільства, держави і бізнесу, які дали б змогу посилити взаємну відповідальність усіх її учасників, створити умови для подальшого стабільного розвитку країни.

З огляду на суспільну значущість соціальної відповідальності бізнесу, ця проблематика набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти реалізації принципів соціальної відповідальності бізнесу останнім часом знайшли відображення в працях українських науковців, зокрема В. Воробєя, Л. Денисюка, О. Лазаренко, М. Саприкіної, В. Сміренського, М. Стародубської та інших.

Водночас сучасний етап глобалізації зумовлює необхідність дослідження новітньої парадигми формування механізму соціальної відповідальності бізнесу та узагальнення напрямів адаптації світового досвіду його застосування в діяльності національних компаній.

Постановка задачі. Метою статті є дослідження основних елементів механізму соціальної відповідальності бізнесу та розробка напрямів підвищення його ефективності.

Виклад основного матеріалу. В економічно розвинених країнах світу набула поширення концепція соціальної відповідальності бізнесу, яка полягає у свідомому ставленні суб'єктів господарської діяльності до вимог соціальної необхідності, соціальних завдань, морально-етичних норм та цінностей, розуміння наслідків власної діяльності для суспільства, держави, споживачів, ділових партнерів та своїх працівників [1].

У науковій літературі соціальну відповідальність також розглядають як просування практик відповідального бізнесу, що приносять користь бізнесу і суспільству та сприяють соціальному, економічному й екологічно стійкому розвитку шляхом максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство і мінімізації негативного [2, с. 23].

Згідно з іншим визначенням, соціальна відповідальність бізнесу означає досягнення комерційного успіху шляхами, що цінують морально-етичні принципи співтовариства й довкілля [3].

Соціальну відповідальність бізнесу можна також визначити і як вільний вибір компанії на користь підвищення рівня добробуту суспільства за допомогою відповідних підходів до ведення бізнесу та надання корпоративних ресурсів. У загальному розумінні корпоративна соціальна відповідальність – це всі дії компанії, які позитивно впливають на суспільство [4, с. 67].

У ширшому розумінні під соціальною відповідальністю слід розуміти відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, споживачів, працівників, партнерів, активну соціальну позицію компанії, яка полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у розв'язанні найгостріших соціальних проблем [5, с. 35].

Отже, на сьогодні не існує єдиного наукового підходу до трактування категорії «соціальна відповідальність бізнесу».

Саме тому доцільно, на нашу думку, погодитися з науковим підходом [6], у якому зазначається, що засадничим принципом дослідження феномена соціальної відповідальності має бути розуміння її як форми осмислення суб'єктом його суспільної сутності та адекватної цьому своєї свідомої діяльності.

У даному контексті соціальну відповідальність можна розглядати у двох вимірах [6, с. 67]:

1. Соціальна відповідальність як обов'язок особистості, менеджменту, організації, державної структури приймати рішення і робити дії, що підвищують рівень добробуту, відповідають інтересам як суспільства, компанії, громади, так і кожної окремої людини, що відображає етико-моральний аспект суспільних відносин. Визнання та прийняття соціальної відповідальності є для організації добровільним і пов'язане з її бажанням зробити внесок у розвиток суспільства, до чого її не зобов'язують ні економічні мотиви, ні юридичні закони. Це дії, вчинки та заходи філантропічного спрямування, яких ніхто не вимагає і які не надають організації відчутної користі чи прибутку. У цьому сенсі соціальна відповідальність розглядається як різновид суспільної, поряд з економічною та юридичною.

2. Соціальна відповідальність як універсальна форма зв'язку і взаємозалежності особистості, держави та суспільства, їх спроможності оцінити наслідки своєї діяльності для сталого суспільного розвитку «відображає ціннісно-правовий аспект суспільних відносин. Актуалізація цієї ідеї переносить наголос з відповідальності людини перед суспільством і державою на соціальну відповідальність держави перед суспільством і людиною» [7, с. 9]. Соціальна відповідальність як оптимальний варіант взаємоузгодженості інтересів, прав та обов'язків суспільних суб'єктів є своєрідним способом взаємного обмеження їхніх дій щодо природних, економічних, соціальних та культурних реалій. Таким чином, відносини між державою, бізнесом, громадою та особистістю мають формуватися на основі взаємної відповідальності. Це виявляється в прийнятті та дотриманні кожним із зазначених суб'єктів конкретних зобов'язань щодо інших, зокрема щодо «відповідальності державних органів та посадових осіб за невиконання їх обов'язків перед суспільством і особистістю, ... а від кожної людини – додержання своїх обов'язків перед суспільством і державою» [7, с. 9].

Узагальнюючи вищевикладені підходи, доцільно, на нашу думку, визначити соціальну відповідальність бізнесу як процес свідомої реалізації комплексу заходів у різних сферах суспільного життя, спрямованих на отримання соціального та екологічного ефектів.

Виходячи з вищезазначеного, соціальна відповідальність бізнесу є добровільною діяльністю підприємств приватного і державного секторів, спрямованою на дотримання високих стандартів господарської діяльності, соціальних стандартів та якості роботи з персоналом, мінімізацію шкідливого впливу на навколишнє природне середовище з метою вирівнювання наявних економічних і соціальних диспропорцій; створення партнерських взаємовідносин між бізнесом, суспільством і державою; покращення результативності бізнесу в довгостроковому періоді [1].

Відповідно до європейської практики, соціальна відповідальність бізнесу поширюється на сім основних напрямів [1]:

- дотримання прав людини;
- дотримання вимог законодавства;
- ділова та корпоративна етика;
- захист навколишнього природного середовища;
- співпраця із зацікавленими сторонами: співробітниками, споживачами, акціонерами, громадою, суб'єктами господарювання;
- дотримання міжнародних норм поведінки;
- прозорість та підзвітність.

В Україні понад 65 % компаній відносять до соціальної відповідальності впровадження соціальних програм поліпшення умов праці персоналу, розвиток персоналу і його навчання (63,2 %), благодійну допомогу громадськості (56 %), етичне відношення до покупців (49,5 %) (табл. 1).

Аналіз практики дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу дав змогу визначити фактори, які впливають на ефективне функціонування її механізму, у тому числі в АПК.

1. Базовою умовою соціально-відповідального бізнесу є реалізація сумлінної ділової практики відносно основних груп стейкхолдерів. З одного боку, така практика передбачає вчасне виконання податкових зобов'язань у повному обсязі, що безпосередньо впливає на формування дохідної частини бюджету, фінансування державних соціальних програм. З іншого – передбачає прозорість бізнесових операцій, у тому числі розкриття інформації з фінансових та соціальних питань та верифікації відповідної звітності незалежними аудиторськими компаніями, що, у свою чергу, сприяє поступовому зниженню рівню тіньової економіки в країні, подоланню бюджетного дефіциту [9].

Таблиця 1

Складові поняття соціальна відповідальність бізнесу

Форми прояву	%
Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу	65,5
Навчання персоналу	63,2
Благодійна допомога	56,0
Застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального ставлення до споживачів	49,5
Участь у регіональних програмах розвитку	32,3
Реалізація екологічних програм	29,8
Політика дотримання прав акціонерів	20,8
Відкрите подання інформації про компанію	18,7

Джерело: [8, с. 8].

2. Однією з нагальних потреб багатьох галузей АПК є необхідність у впровадженні новітніх технологій, модернізації виробничих потужностей.

Управління, побудоване на принципах соціальної відповідальності, забезпечує підприємству інноваційну спрямованість розвитку. Процес пошуку шляхів гармонізації інтересів власників щодо ціни, якості, безпеки та екологічності є безпосереднім каталізатором інновацій, у тому числі й пов'язаних із модернізацією виробничих потужностей.

Отже, поширення практики реалізації соціальної відповідальності на вітчизняних підприємствах АПК можна розглядати як додатковий важіль стимулювання їх інноваційного розвитку.

По-третє, розвиток соціальної відповідальності вітчизняних виробників, що є провідними підприємствами країни, допоможе підвищити авторитет держави на міжнародному рівні. Це, у свою чергу, передбачає позитивний вплив і на інвестиційну привабливість України [9].

У більшості країн ЄС розроблені та функціонують державні програми підтримки і стимулювання вищезазначених процесів, у яких держава визначає соціально відповідальну поведінку для бізнесу, долучає компанії приватного і державного секторів до спільного виконання суспільно важливих завдань, стимулює бізнес до соціально відповідальної діяльності [1].

Таблиця 2

Потенційні стимули для програм соціальної відповідальності бізнесу

Стимул	Малі підприємства	Середні підприємства	Великі підприємства
Зниження податків	73,3	80,2	73,5
Зниження адміністративного тиску	51,2	56,7	48,4
Пропозиції з реалізації програм соціальної відповідальності	21,6	25,6	37,0
Розширення банку соціальних та інформаційних програм	14,9	18,1	17,9
Висвітлення у ЗМІ	17,2	14,5	15,7
Більш тісні зв'язки з неприбутковими організаціями	6,6	4,6	6,2

Джерело: [8, с. 49].

Згідно з даними табл. 2, в Україні зниження рівня оподаткування є найбільш вагомим стимулом для реалізації програм соціальної відповідальності бізнесу. Другу та третю позиції в рейтингу стимулів посідають, відповідно, зниження адміністративного тиску і програми від органів місцевої влади.

У сучасному світі соціально відповідальна діяльність бізнесу є загальноприйнятною традицією, якої дотримується значна кількість великих, середніх і навіть малих підприємств [1].

Розвиток соціальної відповідальності бізнесу в Україні консолідується навколо міжнародних організацій та проектів, зокрема Представництва ООН в Україні, яке у 2006 році започаткувало та підтримує діяльність української мережі Глобального договору ООН, що охоплює понад 140 організацій.

В Україні більшість компаній (як великих, так і середніх) не мають визначеної стратегії соціальної відповідальності і перебувають на етапі дотримання законодавства та «точкових» добродійних проектів. Лідери українського бізнесу, зокрема приватної форми власності, здійснюють активну добродійну діяльність (стратегічне благодійництво) та використовують інструментарій зв'язків з громадськістю (PR). Майже всі великі компанії впроваджують проекти підвищення ефективності бізнес-процесів із певними соціальними або екологічними перевагами, однак більшість не робить прив'язки таких бізнес-проектів до власної соціальної відповідальності [10].

Основним інструментарієм механізму соціальної відповідальності в Україні є: впровадження систем управління СВБ, запровадження соціальної звітності та верифікації; організація партнерств з групами впливу, що дає змогу підприємствам долучитися до розв'язання певних складних соціальних та екологічних проблем завдяки об'єднанню фінансових, людських та адміністративних зусиль на прозорих та чітких умовах; розробка інноваційних товарів та послуг, що допомагають подолати конкретні соціальні проблеми; адаптація міжнародних проектів та стратегій до українського ринку [11, с. 16].

Основними чинниками ведення вітчизняними підприємствами СВБ є [12]: по-перше, позитивна репутація як спосіб конкурентної боротьби для ТНК в Україні та компаній, що здійснюють міжнародну діяльність; по-друге, власні переконання; по-третє, розширення ринків збуту; по-четверте, можливість доступу до дешевих фінансових ресурсів, що виявляється в ході оцінки можливості отримання відносно дешевих кредитних ресурсів для розвитку бізнесу, особливо від міжнародних фінансових інституцій; по-п'яте, підвищення капіталізації, що є наслідком збільшення привабливості підприємств перед інвесторами [11, с. 16].

Висновки. Отже, на сучасному етапі для активізації процесів у сфері соціальної відповідальності в Україні, насамперед, необхідним є [10]:

- змінення суспільної свідомості щодо розуміння змісту, значущості соціальної відповідальності для розвитку соціально орієнтованої держави, а серед самих підприємців – стратегічного значення соціально відповідальної позиції для зміцнення конкурентоспроможності компаній на ринку та довгострокового сталого розвитку;
- формування законодавчої бази, яка забезпечить зацікавленість бізнесу у впровадженні соціальних програм, а також нормативно-правових актів, які стимулюють розвиток соціальної відповідальності;
- створення партнерської мережі, у рамках якої учасники отримують широкі можливості для просування корпоративної репутації на регіональному та макроекономічному рівнях;
- впровадження методологічних основ надання допомоги в плануванні та реалізації конкретних соціальних проектів та програм, реалізації корпоративних систем соціальної відповідальності;
- створення банку даних соціальних та екологічних ініціатив, у реалізації яких могли б узяти участь державні органи влади, громадські організації та підприємницькі структури.

Література

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.
2. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер Ф., 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.nauka.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 : ХарРІДУ 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.
9. Хамідова А. Корпоративна соціальна відповідальність як фактор підвищення ефективності механізму державного регулювання економіки [Електронний ресурс] / А. Хамідова. – Режим доступу : <http://www.csrjournal.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 СВБ, 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.

Стаття надійшла до редакції 1 липня 2014 р.